

Strateški plan razvoja turizma na području Grada Buzeta za razdoblje 2020.-2026. godine



OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj
Tip operacije 7.1.1. "Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj jedinica lokalne samouprave"

**Strateški plan razvoja turizma na području Grada Buzeta
za razdoblje 2020. – 2026.**



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH


Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja

listopad, 2019.

Naručitelj:

Grad Buzet



Izvođač:	Sveučilište u Rijeci Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu 
Projekt tim:	Prof. dr.sc. Dora Smolčić Jurdana – voditelj projekta Izv.prof.dr.sc. Zvonimira Šverko Grdić – izvršni voditelj projekta Prof.dr.sc. Greta Krešić Izv.prof. dr.sc. Lidija Bagarić Izv.prof.dr.sc. Adriana Jelušić Izv.prof.dr.sc. Ana Marija Vrtodušić Hrgović Doc.dr.sc. Elena Rudan Doc.dr.sc. Nataša Slavić Doc.dr.sc. Daniela Soldić Frleta Tatjana Špoljarić, mag.oec.
Studentice:	Ivona Flego Lucija Šestak

SADRŽAJ

SAŽETAK	5
1. OPĆE ZNAČAJKE GRADA BUZETA.....	6
1.1. Reljefna i klimatska obilježja	6
1.2. Geoprometni položaj	7
1.3. Prirodna bogatstva	7
1.4. Prometna povezanost.....	8
1.5. Stanovništvo	8
1.6. Gospodarske značajke grada Buzeta	11
2. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE GRADA BUZETA	16
2.1. Prirodni i antropogeni turistički resursi.....	16
2.2. Smještajni kapaciteti grada Buzeta	18
2.3. Analiza atraktivnih lokacija na području Grada Buzeta	19
2.4. Oblici turizma od značaja za grad Buzet	25
2.4.1. Gastro (gourmet) turizam	25
2.4.2. Zdravstveni i vitality turizam	34
2.4.3. Sportski turizam	35
2.4.4. Kulturni turizam.....	41
2.4.5 Događaji važni za razvoj turizma grada Buzeta.....	43
3. TURISTIČKA POTRAŽNJA GRADA BUZETA.....	59
3.1. Analiza turističkog prometa grada Buzeta.....	59
3.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta grada Buzeta	62
4. ANALIZA STAVOVA DIONIKA	64
4.1. Stavovi lokalnog stanovništva	64
4.2. Stavovi turista	74
5. SWOT ANALIZA	81
6. ANALIZA NAJBOLJIH INOZEMNIH PRAKSI.....	83
7. VIZIJA I MISIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA BUZETA	87
8. STRATEŠKI CILJEVI I PRIORITETI RAZVOJA TURIZMA GRADA BUZETA.....	89
8.1. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture.....	90
8.1.1. Diversifikacija i povećanje kvalitete i broja smještajnih kapaciteta	90

8.1.2.	Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture.....	91
8.1.3.	Valorizacija i očuvanje kulturno - povijesne baštine.....	92
8.1.4.	Unapređenje prometne povezanosti	93
8.2.	Značajno unapređenje i diversifikacija turističke ponude	93
8.2.1.	Unapređenje postojećih i razvoj novih sportskih sadržaja i događaja.....	94
8.2.2.	Unapređenje postojećih i razvoj novih kulturnih sadržaja i događaja	95
8.2.3.	Unapređenje postojećih i razvoj novih gastro sadržaja i događaja	96
8.2.4.	Umrežavanje i unapređenje suradnje dionika	98
8.3.	Prepoznatljivost na tržištu	99
8.3.1.	Jačanje pozitivnog imidža	104
8.3.2.	Razvoj novih brendova.....	105
8.3.3.	Integrirana marketinška komunikacija	105
8.4.	Pregled mjera/aktivnosti i pokazatelja uspješne realizacije strateških ciljeva.....	107
8.5.	Scenarij razvoja	121
8.6.	Monitoring.....	123
9.	MODEL FINANCIRANJA INFRASTRUKTURNIH PROJEKATA U TURIZMU.....	125
10.	SUSTAV KVALITETE	131
	POPIS LITERATURE	135

SAŽETAK

Strateški plan razvoja turizma na području grada Buzeta za razdoblje od 2020-2026. godine godine predstavlja dugoročni razvojni dokument u kojem se određuju strateški ciljevi i prioritete turističkog razvoja s ciljem osiguranja blagostanja lokalnog stanovništva, unapređenja postojećih i razvoja novih turističkih proizvoda, stvaranja prepoznatljivog turističkog imidža, većeg broja raspoloživih smještajnih kapaciteta, kvalitete destinacije te održivog razvoja. Temelj za izradu ovog dokumenta vezuje se uz relevantne postojeće dokumente na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj pa do razine Europske unije. Konceptcija izrade Strategije temeljila se na bottom up pristupu, što podrazumijeva partnerski pristup svih zainteresiranih subjekata grada Buzeta, koji su kroz sugestije, prijedloge i komentare doprinijeli osmišljavanju cjelokupnog turističkog razvoja. Povezano s time tijekom izrade Strategije razvoja organizirane su radionice na kojima je postignuto suglasje dionika što čini najznačajniji dio procesa planiranja na putu realizacije postavljenih projekata i ostvarenja zadanih ciljeva razvoja. Strateški plan razvoja turizma na području grada Buzeta bazira se na analizi stanja, utvrđenim razvojnim izazovima i viziji, iz čega su izvedeni osnovni strateški ciljevi:

- Unapređenje i razvoj turističke infrastrukture
- Značajno unapređenje i diverzifikacija turističke ponude
- Prepoznatljivost na tržištu.

Iz tako definiranih strateških ciljeva proizašlo je i četrnaest strateških prioriteta jednake važnosti:

- Diversifikacija i povećanje kvalitete i broja smještajnih kapaciteta
- Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture
- Valorizacija i očuvanje kulturno – povijesne baštine
- Unapređenje prometne povezanosti
- Unapređenje postojećih i razvoj novih sportskih sadržaja i događaja
- Unapređenje postojećih i razvoj novih kulturnih sadržaja i događaja
- Unapređenje postojećih i razvoj novih gastro sadržaja i događaja
- Umrežavanje i unapređenje suradnje dionika
- Jačanje pozitivnog imidža
- Razvoj novih brendova
- Integrirana marketinška komunikacija.

Svi strateški prioritete obrađeni su kroz provedbene mjere, koje čine osnovu za dugoročno provođenje Strategije putem konkretnih razvojnih projekata, koji moraju slijediti prikazanu razvojnu piramidu i logički i sadržajno. Može se zaključiti da prihvaćeni Strateški plan ne čini kraj zadatka, već predstavlja temelj za ustrajno, stručno, znanstveno i partnersko promišljanje razvoja grada Buzeta. Iskustvo dobiveno njezinom izradom i spremnost za njezinu provedbu nedvojbeno upućuje na izglednost njene realizacije.

1. OPĆE ZNAČAJKE GRADA BUZETA

Buzet je u Republici Hrvatskoj dobio status grada 1993. godine. Površinom od 165 km² i s 6.133 stanovnika grad Buzet pripada srednje velikim jedinicama lokalne samouprave u Istarskoj županiji (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016-2020). U sastavu Grada Buzeta je pedesetčetiri naselja i to: Buzet, Baredine, Barušići, Blatna Vas, Brnobići, Cunj, Čiritež, Črnica, Erkovčići, Forčići, Hum, Juradi, Kajini, Klarići, Kadolje, Kompanj, Krbavčići, Krušvari, Mali Mlun, Marčenegla, Marinci, Medveje, Most, Negnar, Nugla, Paladini, Peničići, Perci, Počekaji, Pračana, Prodani, Račice, Račićki Brijeg, Rim, Roč, Ročko Polje, Salež, Selca, Seljaci, Senj, Sovinjak, Sovinjska Brda, Sovišćina, Stanica Roč, Strana, Sveti Donat, Sveti Ivan, Sveti Martin, Šćulci, Škuljari, Štrped, Veli Mlun, Vrh, Zonti (Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o granicama područja naselja u Gradu Buzetu). U sklopu područja navedenih naselja nalazi se veći broj zaseoka koji se tretiraju kao dijelovi naselja.

1.1. Reljefna i klimatska obilježja

Područje grada Buzeta reljefno je raznoliko te obiluje manjim i većim udolinama, brežuljcima, kanjonima i planinama djelomično obraslim šumskim pokrovom te čini dvije glavne morfološke cjeline:

- Prva je područje Ćićarije, koja je morfološki jako raznolika s dominantnim obilježjima krškog reljefa, te čestim ponikvama, jamama i ponorima. Područje Ćićarije se još naziva i „Krovom Istre“ budući da sa svojim travnjacima, pašnjacima te šumovitim predjelima, može pružiti odmor tokom cijele godine.
- Druga, uključuje buzetsko-pazinski fliški bazen koji obiluje mnoštvom povremenih i bujičnih tokova, a karakteriziraju ga i dislociranost padina te izrazita erozija fliških naslaga. Okosnica buzetsko-pazinskog fliškog bazena je riječno korito rijeke Mirne koja nastaje spajanjem povremenih tokova Drage i Rečine, uzvodno od izvora sv. Ivan na oko 60 m nadmorske visine.

Grad Buzet, zajedno s općinom Lanišće, pripada krajobraznoj regiji Bijele Istre, koja je naziv dobila po strmim liticama bijelih vapnenačkih stijena Ćićarije.

Na području Buzeštine karakteristična je pojava dvije vrste klime i to:

- Prvi tip obuhvaća područje ispod 500 m nadmorske visine pripada umjereno-toploj klimi, pa ga karakteriziraju vruća ljeta sa srednjom mjesečnom temperaturom najtoplijeg mjeseca iznad 22°C.
- Drugi klimatski tip koji obuhvaća predplaninsko i planinsko područje iznad 500 m nadmorske visine pripada kontinentalno-planinskoj klimi. Temperatura najhladnijeg mjeseca kreće se između -3°C i +18°C. Ljeta su svježija s mjesečnom temperaturom najtoplijeg mjeseca ispod 22°C. Zime su u pravilu vlažne i oštre, povremeno praćene maglom i s dosta oborina. Snijeg u prosjeku pada četiri dana godišnje i može se očekivati svake godine u razdoblju od studenog do travnja.

Prosječna godišnja količina oborina je između 1000 i 1250 mm, a oborine najčešće padaju u proljeće i jesen (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016.-2020).

1.2. Geoprometni položaj

Buzet se smatra središtem povijesne, kulturne, ali i gospodarske mikroregije Bužeštine, koja se proteže izvan gradskog upravnog područja na prostor susjednih općina. Nalazi se u blizini najjačih emitivnih turističkih zemalja Europe, kao što su Italija i Slovenija i odlično je povezan sa svim krajevima Hrvatske i Europe. Grad Buzet nalazi se u unutrašnjem najsjevernijem dijelu Istre, sjeverno od akumulacijskog jezera Butoniga i jugoistočno od obronaka Ćićarije. Na sjeveroistoku graniči s općinom Lanišće, na istoku s Lupoglavom, na jugu s Motovunom, Cerovljem i gradom Pazinom te na zapadu s općinom Oprtalj.

Kroz Buzet prolaze cestovne prometnice od lokalne, županijske i državne važnosti. Cestovni prometni prvaci osiguravaju dobru prometnu povezanost s ostalim dijelovima Istarske županije te s nacionalnim i europskim prostorom. Tako je Grad udaljen od Pule 81 km, od Rijeke 50 km, Trsta oko 45 km, od Kopra 34 km. Povezan je sa Istarskim ipsilonom, što omogućava uključenost u daljnju mrežu autocesta u Republici Hrvatskoj, ali i Europi.

1.3. Prirodna bogatstva

Dobra očuvanost flore i faune može se pripisati slabijem razvoju urbanizacije u odnosu na priobalne dijelove Istarske županije. Kategoriju posebnog rezervata šumske vegetacije ima Motovunska šuma dok okolica Istarskih toplica kraj Buzeta pripada kategoriji zaštićenog krajolika. Uz mnoge biljne skupine ističe se bogatstvo samoniklog ljekovitog bilja poput mente, matičnjaka, maslačka, majčine dušice, imele, gospine trave, gloga, borovnica, medvjedeg luka, šparoga, hmelja i sl. Na obroncima Ćićarije se mogu naći i neke vrste orhideja, ali one su još uvijek nedovoljno istražene.

S obradivim tlom, pogodnim za vinogradarstvo i voćarstvo, Bužeština pripada središnjem flišnom području Istre. Glavni tipovi tla koji prevladavaju na ovom području su vrlo plitka skeletoidna tla, degradirana crvenica, litogeno-karbonatna tla na laporima, a na kraškim poljima deluvijalno-aluvijalna i močvarna tla. Obradive površine nalaze se u riječnim dolinama Mirne, Bračane, Butonige i Rečine te kraškim poljima Čiritež, Ročko Polje te obroncima brda. Dok su površine u dolinama podložne plavljenju, površine uz obronke brda podobne su za intenzivnu proizvodnju (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016-2020).

Područje grada Buzeta i njegove šire okolice obiluje pitkom vodom koja se ne koristi samo za vodoopskrbu lokalnog stanovništva, već i stanovništva znatnog dijela Istre. Nekoliko je hidrogeoloških cjelina i to: sliv izvora Sv. Ivan, sliv potoka Bračana, bujični potok Pivke, odnosno Drage i potoka Rečine, dolina rijeke Mirne od izvora Sv. Ivan do utoka Butonige i sliv Butonige (Prostorni plan uređenja grada Buzeta). Najveći vodotok je gornji i dio srednjeg toka rijeke Mirne. Zbog vodnog bogatstva, grad nosi i epitet „grada vode“.

Više od polovice ukupne površine Bužeštine zauzimaju šume od kojih većina ima gospodarsku namjenu. Na području grada Buzeta je ukupno 7.335 ha šuma od čega je 5.910 ha (80,6 %) šuma u privatnom vlasništvu (što bitno utječe na učinkovito i dobro upravljanje šumskim bogatstvom te na održivost staništa tartufa), a 1.425 ha (19,4 %) šuma u državnom vlasništvu (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016.-2020). Zbog velikog područja koje pokrivaju šume i vode prostor za daljnji razvoj turizma je ograničen.

Šume su uglavnom očuvane, međutim niskih eksploatacijskih mogućnosti. Motovunska šuma hrasta lužnjaka ima posebnu vrijednost za područje Buzeštine. Prostire se na 275 ha površine, a vrijednost joj je u ekološkim te sve više i u njezinim zdravstvenim i rekreacijskim turističkim funkcijama.

1.4. Prometna povezanost

Grad Buzet ima gustu mrežu prometnica koje je povezuju s ostalim centrima Istarske županije. Prometnice koje prolaze kroz Buzet su od lokalne, županijske i državne važnosti. Jedna od takvih prometnica je i dionica D44 koja prolazi trasom Lupoglav-Buzet-Ponte Porton, dok državna cesta D201 spaja grad Buzet s graničnim prijelazom Požane-Sočerga (Slovenija). Cesta prolazi kroz naselja Črnica, Štrped i sam grad Buzet, dužinom 9 km.

Ceste od županijske važnosti za Buzeštinu su dionica Ž5011 (Buzet-Brest-Dane) i Ž5013 (Buzet-Cerovlje). Dužina mreža lokalnih cestovnih pravaca na području grada Buzeta i okolice je 84,6 km te kvalitetom zaostaju za ostatkom Istarske županije. Loša kvaliteta cesta uzrokuje slabiju prometnu povezanost unutar naselja i općina Buzeštine.

Buzet se nalazi 15 km od Istarskog ipsilona koji predstavlja najveću i najznačajniju prometnicu koja osigurava uključenost Istarske županije u mrežu autocesta Hrvatske. Zapadni krak istarskog ipsilona pruža se uz državnu granicu sa Slovenijom čime omogućava povezanost istarskog poluotoka s europskim prostorom. Udaljenost Buzeta od ove prometnice značajno umanjuje njegov razvojni potencijal te otežava integriranje Grada u prostor Istre.

Osim navedenih prometnica na prostoru Buzeta postoji sustav lokalnih i nerazvrstanih cesta sekundarnog značenja. Mreža primarnih i sekundarnih prometnica čini okosnicu za brzo odvijanje prometa kroz prostor grada Buzeta.

Grad Buzet je regionalnom željezničkom prugom Pula-Pazin-Lupoglav-Buzet, ukupne duljine 91,14 km, povezan sa srednjoeuropskim zemljama kao što su Slovenija i Italija, no promet koji se odvija ovom željeznicom (putnički i teretni) je slabog intenziteta.

Na području Grada postoje željezničke stanice i to: Buzet i Roč, te nekoliko stajališta. Željeznička veza sa ostatkom Hrvatske obavlja se preko susjedne države Slovenije (Črni Kal).

Najbliža međunarodna zračna luka za male zrakoplove je od Buzeta udaljena 50 km, a nalazi se u Portorožu (Slovenija). Na području Hrvatske najbliže međunarodne zračne luke su na otoku Krku (75km) i u Puli (88 km). Kod Vrsara postoji i sportska zračna luka za male zrakoplove s mogućnošću komercijalnog korištenja.

1.5. Stanovništvo

Grad Buzet je prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine imao 6.133 stanovnika, što je oko 3% stanovništva Istarske županije.

Tablica 1. Broj stanovnika Buzeta, Istarske županije i R-epublike Hrvatske u razdoblju od 1953.-2011. godine

Prostorna jedinica	Grad Buzet	Istarska županija	Republika Hrvatska
Godina			
1953.	8.744	175.094	3.936.022
1961.	7.045	176.838	4.159.696
1971.	5.681	175.199	4.426.221
1981.	6.612	188.332	4.601.469
1991.	6.295	204.346	4.784.265
2001.	6.059	206.344	4.437.460
2011.	6.133	208.055	4.284.889
Prosječna godišnja stopa rasta/pada za razdoblje 1953-2011.	-0,61 %	0,3 %	0,15 %

Izvor: Popis stanovništva 2001. i 2011., Državni zavod za statistiku i Prostorni plan uređenja grada Buzeta, 2005.

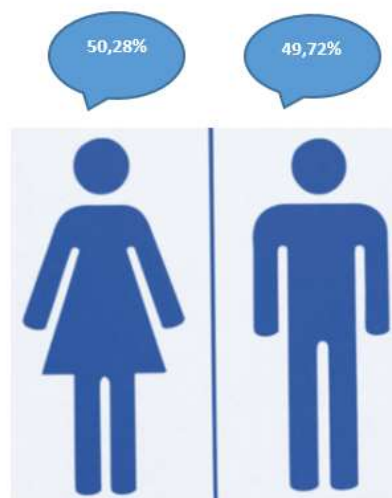
Buzeština je kraj u kojem je iseljavanje iz raznih razloga uvijek bilo prisutno. To dokazuje činjenica da je u razdoblju 1953-2011. prosječna godišnja stopa pada broja stanovnika iznosila - 0,61%, dok je u Istarskoj županiji (0,3 %) i Republici Hrvatskoj (0,15 %) ta stopa pozitivna (bilježi se porast broja stanovništva). Prema Državnom zavodu za statistiku stanovništvo živi u 70 naselja a kretanje stanovništva u razdoblju 2001-2011. u većim naseljima prikazuje sljedeća tablica.

Tablica 2. Popis stanovništva po odabranim naseljima u 2001.- 2011. godini

Naselje	Broj stanovnika		Godišnja stopa rasta/pada u %
	2001.	2011.	
Barušići	101	95	-0,61
Buzet	1.721	1.679	-0,25
Jurčići	109	88	-2,16
Marčenegla	111	100	-1,05
Roč	146	153	0,47
Ročko Polje	186	173	-0,73
Sveti Ivan	198	227	1,38
Sveti Martin	798	1.011	2,39
Strped	177	189	0,66
Vrh	117	124	0,58
Ostala naselja	2.395	2.294	-0,43
UKUPNO	6.059	6.133	0,12

Izvor: Popis stanovništva 2001 i 2011., Državni zavod za statistiku

Najveću ostvarenu godišnju stopu rasta u većim naseljima ostvario je Sveti Martin (+2,39 %), a stopu pada Jurčiči (-2,16 %). No, osim prikazanog u tablici broj 2, broj stanovnika rastao je i u slijedećim naseljima: Baredine, Bartolići, Cunj, Erkovčiči, Hum, Juradi, Krbavčiči, Krkuž, Krti, Mali Mlun, Medveje, Negnar, Paladini, Peničiči, Počekajji, Strana, Sveti Donat, Veli Mlun. Ukupan broj stanovnika Buzeta rastao je po prosječnoj godišnjoj stopi od 0,12% u razdoblju 2001-2011. Pozitivna kretanja zabilježila je i Istarska županija te je u istom razdoblju ostvarila prosječnu godišnju stopu rasta od 2,9 %.



S obzirom na dobnu strukturu stanovništva grada Buzeta, najveći broj ulazi u skupinu radno sposobnog stanovništva (68,5 %), a najmanji broj stanovnika pripada skupini od 0-14 (14,2 %) godina.

Tablica 3. Spolna i dobna struktura stanovništva grada Buzeta u 2011. godini

Spol /Dob	0-14	Radno sposobno stanovništvo 15-64	≥65	Ukupno	Indeks starenja	Prosječna starost
Muškarci	418	2.227	404	3.049	109,1	41,1
Žene	426	2.101	557	3.084	129,9	42,8
Ukupno	844	4.328	961	6.133	119,6	41,9

Izvor: Popis stanovništva 2001. i 2011., Državni zavod za statistiku

U razdoblju od 2010. godine do 2017. godine na ukupnoj razini bilježi se negativna stopa nataliteta, odnosno više stanovnika umire nego što ih se rađa. No ukoliko se promatraju pojedinačne godine može se vidjeti da u 2011., 2013. i 2016. se bilježila pozitivna stopa nataliteta.

Tablica 4. Kretanje prirodnog prirasta u gradu Buzetu u razdoblju od 2010. do 2017. godine

Godina	Muški spol			Ženski spol			Ukupno		
	rođeni	umrli	razlika	rođeni	umrli	razlika	rođeni	umrli	razlika
2010.	27	35	-8	25	26	-1	52	61	-9
2011.	37	33	4	31	17	14	68	50	18
2012.	18	25	-7	27	26	1	45	51	-6
2013.	29	26	3	28	25	3	57	51	6
2014.	31	34	-3	23	35	-12	54	69	-15
2015.	25	35	-10	19	30	-11	44	65	-21
2016.	20	30	-10	39	24	15	59	54	5
2017.	23	44	-21	24	33	-9	47	77	-30
Ukupno	210	262	-52	216	216	0	426	478	-52

Izvor: Prirodno kretanje stanovništva 2010.-2017., Državni zavod za statistiku

Dobra obrazovna struktura stanovništva jedan je od potencijala budućeg razvoja. Na području grada Buzeta najviše stanovnika ima srednju školu (51 %), zatim osnovnu školu (23 %) te visokoškolsko obrazovanje (14,8 %).

Tablica 5. Obrazovna struktura stanovništva grada Buzeta (stanovništvo staro 15 i više godina)

	Ukupno	Muški spol	Ženski spol
Ukupno	5.289	2.631	2.658
Bez škole	42	15	27
1-3 razreda osnovne škole	50	16	34
4-7 razreda osnovne škole	478	155	323
Završena osnovna škola	1.232	517	715
Završena srednja škola	2.702	1.568	1.134
Završeno visoko obrazovanje	783	359	424
Nepoznato	2	1	1

Izvor: Prirodno kretanje stanovništva 2010.-2017., Državni zavod za statistiku

Kada se analiziraju stanovnici koji imaju visokoškolsko obrazovanje može se vidjeti da najveći udio ima završen sveučilišni stupanj (55,6 %), te stručni studij (44 %). Doktori znanosti zatupljeni su s postotkom od 0,4 %. Ukoliko se obrazovna struktura uspoređuje sa Istarskom županijom i Republikom Hrvatskom može se vidjeti da je ona nepovoljnija. Tako npr. u Istarskoj županiji udio visokoobrazovanih osoba je 16,41 %, Republici Hrvatskoj 16,06 % a u gradu Buzetu, kako je već naglašeno, 14,8 %. Dakle, potrebno je učiniti određene korake kako bi se obrazovna struktura stanovništva ovog područja poboljšala.

1.6. Gospodarske značajke grada Buzeta

Grad Buzet razvrstan je u VIII. skupinu jedinica lokalne samouprave koja ulazi u prvu četvrtinu iznad prosječno rangiranih jedinica lokalne samouprave (NN 132/2017). Indeks razvijenosti ovog grada iznosi 109.138, dok isti indeks za Istarsku županiju iznosi 108.970 kuna. Pokazatelji za izračun ovih indeksa su: stopa nezaposlenosti, dohodak po stanovniku, proračunski prihodi općine, grada ili županije po stanovniku, opće kretanje stanovništva te stopa obrazovanosti. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske Unije u svojem zadnjem Izvješću za razdoblje 2014-2016. godine navelo je da prosječni dohodak po stanovniku grada Buzeta iznosi 37.550, dok taj isti dohodak za Istarsku županiju iznosi 35.191 kuna.

Prma podacima Financijske agencije (FINA) u 2018. godini u gradu Buzetu registrirano je 268 poduzetnika. Broj poduzetnika prema djelatnosti prikazan je u sljedećoj tablici.

Tablica 6. Struktura poduzetnika grada Buzeta prema djelatnostima u 2018. godini

Djelatnost	Broj	Udio (%)
Djelatnost A – Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	3	1,12 %
Djelatnost C – Prerađivačka industrija	58	21,64 %
Djelatnost D – Opskrba el. energijom, plinom, parom i klim.	1	0,37 %
Djelatnost E – Opskrba vodom	5	1,87 %
Djelatnost F - Građevinarstvo	33	12,31 %
Djelatnost G – Trgovina na veliko i malo	77	28,73 %
Djelatnost H - Prijevoz	7	2,61 %
Djelatnost I – Djelatnost pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane i pića	23	8,58 %
Djelatnost J – Informacije i komunikacije	4	1,49 %
Djelatnost K – Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	1	0,37 %
Djelatnost L - Poslovanje nekretninama	9	3,36 %
Djelatnost M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	27	10,07 %
Djelatnost N – Administrativne i pomoćne uslužnih djelatnosti	7	2,61 %
Djelatnost P – Obrazovanje	2	0,75 %
Djelatnost R – Umjetnost, zabava i rekreacija	4	1,49 %
Djelatnost Q – Djelatnost zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	1	0,37 %
Djelatnost S - Ostale uslužne djelatnosti	6	2,24 %
UKUPNO	268	100 %

Izvor: FINA – godišnja financijska izvješća

Tablica 6. prikazuje da je najveći udio poduzetnika registriran u djelatnosti G (trgovina na veliko i malo) i u djelatnosti C (prerađivačka industrija) te djelatnost M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti. Ove tri djelatnosti imaju udio u ukupno registriranim poduzećima grada Buzeta od 60,4%. Ostale djelatnosti obuhvaćanju manji postotak.

Tablica 7. Broj poduzetnika na području grada Buzeta za razdoblje 2014. do 2018. godine

Broj poduzetnika	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	Godišnja stopa rasta/pada 2014/2018.
Djelatnost						
Sve djelatnosti	255	259	255	254	268	1,25
Djelatnost I – djelatnost pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane i pića	22	23	20	19	23	1,11
Udio djelatnosti I	8,62	8,88	7,84	7,48	8,58	-

Izvor: FINA – godišnja financijska izvješća

Tablica prikazuje da broj poduzetnika u gradu Buzetu u razdoblju 2014.-2018. godine raste sa prosječnom godišnjom stopom od 1,25 %, dok broj tvrtki registriranih u djelatnosti I raste sa 1,11 %. Analizom poslovanja poduzetnika u četverogodišnjem razdoblju može se vidjeti da su ostvareni pozitivni trendovi što prikazuje i slijedeća tablica.

Tablica 8. Analiza osnovnih financijskih pokazatelja poduzetnika grada Buzeta u razdoblju 2014.-2018. godine

Opis	2014.	2016.	2018.
Broj poduzetnika	255	255	268
Broj zaposlenih	2.773	2.541	2.519
Ukupni prihod	1.495.725	1.424.509	1.569.410
Dobit/gubitak razdoblja	-31.516	-16.520	-14.227

Izvor: FINA – godišnja financijska izvješća; Ukupni prihod i dobit razdoblja u 000 kn

Kao što prikazuje tablica pokazatelji poput broja poduzetnika i ukupnog prihoda su pozitivni te rastu s prosječnom godišnjom stopom rasta od 1,25 % (broj poduzetnika) te 1,2 % (ukupni prihod). Ukupno ostvareni gubitak pada tijekom promatranog razdoblja sa stopom od 19,87 % što je dobar pokazatelj. Međutim, broj zaposlenih u analiziranom periodu pada s prosječnom godišnjom stopom od 2,37 %.

Poduzetništvu se mora nadodati i obrtništvo koje djeluje na području grada Buzeta. Sukladno podacima Udruženja obrtnika Buzeta na ovom prostoru u 2019. godini djeluje 248 obrtnika.

Tablica 9. Broj obrtnika po djelatnosti u gradu Buzetu u razdoblju od 2014.-2019. godine

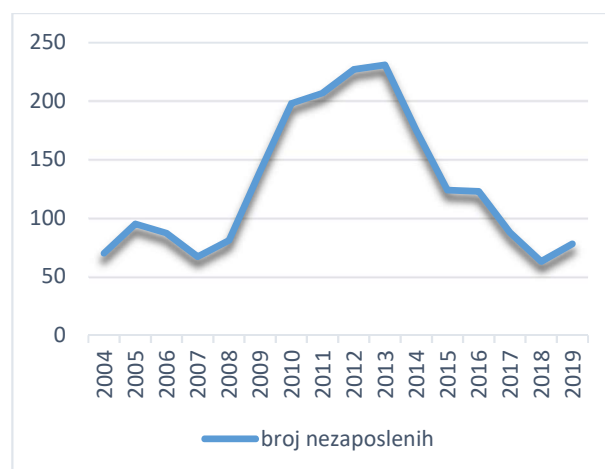
Godina	2014.	2019.	Stopa pada/rasta 2014/2019. u %
Ceh			
Ceh građevinara	50	48	-0,8%
Ceh uslužnih djelatnosti	92	91	-0,2%
Ceh prijevoznika	34	28	-3,8%
Ceh proizvođača	32	37	2,9%
Ceh trgovine	15	17	2,5%
Ceh ugostitelja i djelatnosti u turizmu	27	27	-
UKUPNO	250	248	-0,16%

Izvor: Podaci Udruženja obrtnika grada Buzeta

Kao što prikazuje tablica vidi se mali pad broja obrtnika. Najveći pad u razdoblju 2014.-2019. osjetili su obrtnici koji pripadaju cehu prijevoznika, dok su najveći rast ostvarili obrtnici koji pripadaju cehu proizvođača.

Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje u 2019. godini zabilježeno je 78 nezaposlenih osoba. Ukoliko taj broj uspoređujemo s ukupnim brojem stanovnika (Popis 2011) može se vidjeti da je 1,27 % ukupnog broja stanovnika grada Buzeta nezaposleno. No ukoliko se taj broj uspoređi s ukupnim brojem radno sposobnog stanovništva može se vidjeti da to predstavlja udio od 1,8 % nezaposlenih osoba. Kretanje nezaposlenosti u razdoblju 2004.-2019. prikazuje slijedeći grafikon.

Grafikon 1. Kretanje broja nezaposlenih u gradu Buzetu u razdoblju 2004.-2019. godine



Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, statistika on-line

Kako prikazuje grafikon broj nezaposlenih osoba u razdoblju 2004-2019. bilježio je prosječnu godišnju stopu rasta od 0,7 %. Za isto razdoblje Istarska županija bilježila je pad broja nezaposlenih s prosječnom godišnjom stopom od oko -2 %. Zaposlenost je veoma bitan pokazatelj ekonomske aktivnosti nekog područja. Slijedeća tablica prikazuje prosječan broj zaposlenih osoba u razdoblju od 2014.-2018. godine.

Tablica 10. Prosječan broj zaposlenih u razdoblju od 2014.-2018.* godine na području grada Buzeta

Godina	Broj zaposlenih prema Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje
2014.	3.357
2017.	3.025
2018.	2.971

Izvor: Podaci HZMO – a - Osiguranici se vode prema općini rada, te obuhvaćaju osobe prijavljene u osiguranje na aktivnim subjektima, a prema Zakonu o mirovinskom osiguranje; * - na dan 31.12.

Kretanje broja zaposlenih imalo je negativan trend te je u promatranom razdoblju broj zaposlenih prema općini rada sukladno Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje (dalje: HZMO) padao s prosječnom godišnjom stopom od -9,6 %. Ukoliko se taj broj promatra u kontekstu udjela u ukupno zaposlenim u Istarskoj županiji može se uočiti da on predstavlja udio od gotovo 4 % u 2018. godini.

Prema HZMO radnici se mogu podijeliti prema vrsti osiguranja i to na: radnike kod pravnih osoba, obrtnike, poljoprivrednike, samostalne profesionalne djelatnosti, radnike kod fizičkih osoba, osiguranici zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu te osiguranici s produženim osiguranjem. Njihov broj u odabranim godinama razdoblja 2014-2018. godine prikazuje slijedeća tablica 11.

Tablica 11. Kretanje broja zaposlenih u odabranim godinama razdoblja 2014.-2018. godine prema vrsti zaposlenja

Opis	Godina	2014.	2017.	2018.
Radnici kod pravnih osoba		2.843	2.540	2.493
Obrtnici		202	203	205
Poljoprivrednici		49	41	41
Samostalne prof. djelatnosti		20	15	12
Radnici kod fizičkih osoba		221	207	201
Osig. zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu		1	1	0
Osiguranici - produženo osiguranje		21	18	19
UKUPNO		3.357	3.025	2.971

Izvor: Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje, Zagreb

Najveći prosječni broj zaposlenih u 2018. godini nalazi se kod pravnih osoba (udio iznosi oko 84 %), a zatim slijede radnici kod obrtnika sa udjelom od oko 7% te obrtnici sa udjelom od 6,7 %.

SAŽETAK

Za Buzet se može reći da ima dobar geografski položaj zbog svoje reljefne raznolikosti, ali i dobre prometne povezanosti s jakim emitivnim turističkim zemljama Europe kao i s ostatkom Hrvatske. Valja napomenuti kako se u Buzetu kao i u samoj Istarskoj županiji broj stanovnika povećava za razliku od državne razine dok dobra obrazovna struktura stanovništva predstavlja jedan od potencijala budućeg razvoja. Također, gospodarstvo grada Buzeta je izrazito razvijeno te jedini negativni trend ima kretanje broja zaposlenih u promatranom razdoblju.

2. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE GRADA BUZETA

Turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti. Dio su cjeline razvoja određenog geografskog područja, a bogatstvo resursima komparativna je prednost u turističkom i gospodarskom razvoju. Cjelokupna ponuda u turizmu temelji se na atraktivnim svojstvima resursa kojima raspolaže, a grad Buzet bogat je prirodnim i kulturnim resursima u koje ulaze: kulturno-povijesno naslijeđe, dijelovi materijalne i nematerijalne kulture, gastro-eno događanja te sportski događaji. To su ujedno i glavne sastavnice identiteta ovog područja.

2.1. Prirodni i antropogeni turistički resursi

Prirodni turistički resursi su svi prirodni elementi i faktori visokog stupnja privlačnosti koji su odraz geografske sredine, a mogu se turistički valorizirati. Skupinu prirodnih turističkih resursa čine geomorfološki, klimatski, hidrogeografski, biogeografski i pejzažni turistički resursi (Bilen, 2006.). Grad Buzet, još uvijek nedovoljno istražen dio Istre, može se pohvaliti brojnim prirodnim i krajobraznim raznolikostima. Na području postoje dvije vrste klime i to: umjereno-topla klima te kontinentalno planinska klima koje su pogodne za turističke aktivnosti. Hidrogeografski turistički resursi nude najveću mogućnost turističke valorizacije. Riječne doline Mirne, Bračane, Butoniga i Rečine pružaju dobru atrakcijsku osnovu za razvoj aktivnog odmorišnog, sportsko-rekreacijskog turizma. U kategoriji posebnog rezervata šumske vegetacije pojavljuje se Motovunska šuma koja ima ulogu u zadržavanju i očuvanju podzemnih voda, a svojom bujnošću i ljepotom, posebice u ljetnom razdoblju osvježava cijelo područje te ima estetsku i rekreativnu vrijednost. I ostale šume koje su vrlo očuvane na ovom području veoma su atraktivne u turističke svrhe. Osim toga, okolica Istarskih toplica pripada kategoriji zaštićenog krajolika što se isto tako može turistički valorizirati.

Antropogeni (društveni) resursi su svi objekti, događanja i procesi vezani uz ljudsko djelovanje u prošlosti i sadašnjosti (Vukonić i Čavlek, 2001.). Najčešće se dijele na kulturno-povijesne, etnosocijalne, umjetničke i događajne te ambijentalne resurse. Kulturno-povijesnim resursima pripadaju: pokretni spomenici (slike), nepokretni spomenici (arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, memorijalna područja i građevine), pojedine sakralne građevine (crkve, samostani), pojedinačne profane građevine (dvorci, burgovi, vile, ljetnikovci) te vrtna arhitektura (Kušen, 2002.). Grad Buzet izuzetno je bogat antropogenim turističkim resursima.

Tablica 12. Pregled nepokretnih i pokretnih kulturnih dobara na području grada Buzeta

Naziv i mjesto	Vrsta kulturnog dobra
Crkva sv. Ane, Buzet	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Crkva sv. Jurja Mučenika, Buzet	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kaštel Petrapilosa, Buzet	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kulturno - povijesna cjelina grada Buzeta	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina
Palača Moretti, Buzet	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
POU Augustin Vivoda, Zavičajni muzej Buzet, muzejska građa	Pokretno kulturno dobro – muzejska građa
Stambena zgrada – tzv. Karolinina kuća	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Crkva Sv. Jeronima na groblju, Hum	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kulturno povijesna cjelina Hum, Hum	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina
Kulturno povijesna cjelina Kotli, Kotli	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina
Kulturno povijesna cjelina Marčenigla, Marčenegla	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina
Crkva Sv. Trojstva, Račice	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kaštel, Račice	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Crkva Sv. Roka, Roč	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kulturno povijesna cjelina utvrđenog naselja Roč	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina
Crkva Sv. Marije, Strana	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Crkva Sv. Duha, Štrped	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kulturno – povijesna cjelina Vrh, Vrh	Nepokretno kulturno dobro – kulturno-povijesna cjelina

Izvor: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>

Buzeština je kraj naseljen od davnina. Ono što potvrđuje naseljenost područja Buzeštine još u predpovijesno doba su pronađeni ostaci kamenih predmeta u Golupskoj jami i Podrebarskoj špilji, a prva naselja Ilira datiraju iz brončanog doba. Buzet ima iznimno važnu kulturno povijesnu baštinu poput Aleje glagoljaša, Rimskog Lapidarija, Kaštela Petrapilosa, Huma, Roča, Starog grada, doline rijeke Mirne. O navedenim resursima biti će više riječi u poglavlju 2.3.

Buzet je grad koji posjeduje i specifičnu industrijsku baštinu koja ga kao grad u okruženju diferencira od ostalih gradova. Osobitost predstavlja prostor Istarske pivovare koji prema inicijativama ima potencijala za razvijanje turizma usmjerenog k industrijskoj baštini te u sinergiji degustacije piva i ambijenta. Za kuhanje svih vrsta piva Istarska pivovara koristi isključivo hrvatski slad, te izvorsku vodu s izvorišta Sv. Ivan na obronku planine Ćićarije, a – ovisno o pivu – do čak četiri sorte hmelja (<http://istarska-pivovara.hr/vijesti/>). Osim industrijske baštine vezane uz proizvodnju piva značajni povijesni razvoj bilježi i rudarstvo čije se resurse može interpretirati u turističkoj ponudi destinacije. Podno Sovinjaka nalazi se Minjera prvi rudnik boksita u svijetu u sklopu kojeg je djelovala i nekadašnja kemijska tvornica alauna (stipse). Minjera je s radom počela početkom 16. stoljeća, sa znatnim zamahom radilo se krajem 18. sve do sredine 19. stoljeća kada su tvornica stipse i sumporne kiseline,

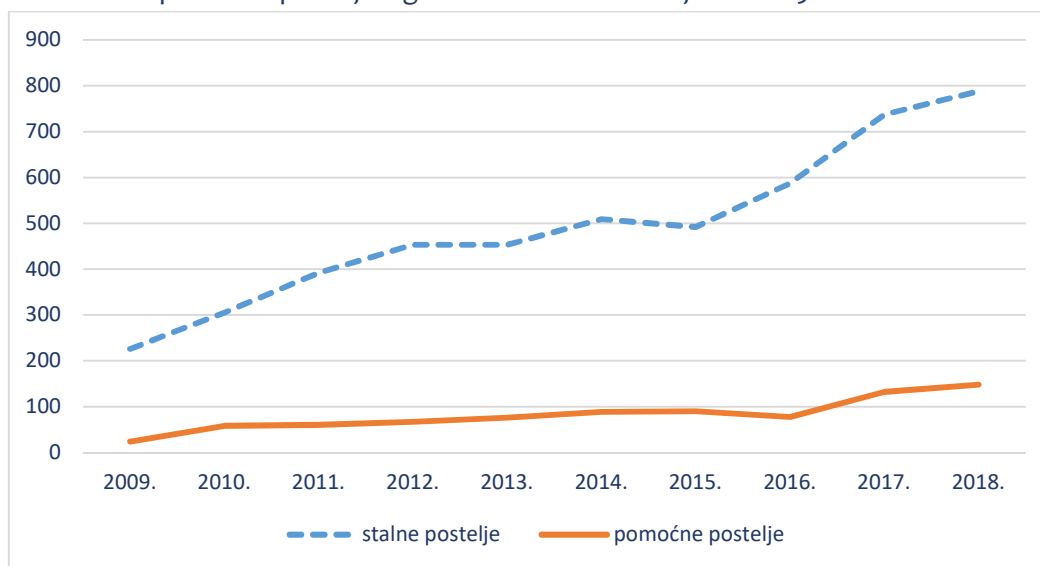
kao i okolni rudnici, ugašeni (Pisak, 2008.). Na tom području se već 1560. godine kopala ruda, a Minjera je spoj 20 rudarskih objekata (Nežić, 2015.).

2.2. Smještajni kapaciteti grada Buzeta

Osim privlačne snage prirodnih i antropogenih resursa destinacije, razvoj turizma nije moguć bez odgovarajuće smještajne infrastrukture.

Grad Buzet u 2018. godini raspolagao je s 788 stalnih i 148 pomoćnih postelja. Ukoliko se taj podatak uspoređuje s Istarskom županijom može se primijetiti da je to udio 0,27 % u ukupnim stalnim i 0,46 % u ukupnim pomoćnim posteljama.

Grafikon 2. Stalne i pomoćne postelje u gradu Buzetu u razdoblju od 2009.-2018.



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske: Turizam 2010.-2018.

Može se primijetiti da iz godine u godinu broj postelja raste pa se u razdoblju 2009.-2018. godine bilježi prosječna godišnja stopa rasta u stalnim posteljama od 14,8 %, dok se kod pomoćnih postelja bilježi ista stopa od 22,4 %. U Istarskoj županiji broj stalnih postelja raste sa prosječnom godišnjom stopom od 11,9 %.

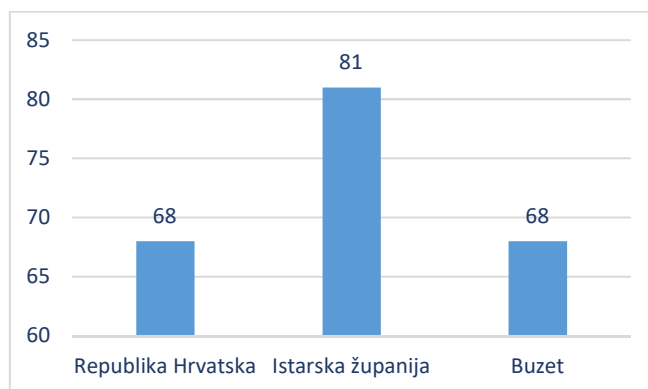
Na području grada Buzeta bilježe se slijedeći smještajni kapaciteti:

- Hotel Fontana - posjeduje 57 soba, maksimalnog kapaciteta 150 osoba. Osim uobičajenih hotelskih sadržaja posjeduje salu za konferencije i kasino.
- -Vela Vrata Hotel – posjeduje 18 soba te salu za konferencije.
- Hostel koji je smješten u Roču (kapaciteta 9 soba).
- U okolici Sluma na 550 metara nadmorske visine već dugi niz godina djeluje robizonski kamp pod nazivom Rspadalica. Njegov kapacitet je 30 osoba. Zanimljivost tog kampa je da je postao okupljalište zaljubljenika u prirodu, penjača, spelologa, biciklista, planinara i posebice letača. U blizini samog kampa nalazi se uzletište Rspadalica, jedno od najpoznatijih u Hrvatskoj.

- I na ovom području kao i u cijeloj Istarskoj županiji trend je gradnje (obnove) ruralnih kuća. Sukladno podacima Turističke zajednice najveći dio njih smješten je na području Buzeta i Roča, u obliku luksuznih kuća s bazenom i mnogim drugim sadržajima.
- Sobe i apartmani su također zanimljivi kao turistička smještajna infrastruktura, a većim dijelom su smješteni u Buzetu i Roču.

Analizirajući iskorištenost smještajnih kapaciteta koja se promatra kao odnos broja ostvarenih noćenja i broja raspoloživih postelja u promatranom razdoblju, vidljivo je da je u 2018. godini ostvarena prosječna popunjenost kapaciteta od 68 dana. Ukoliko se taj podatak izračuna za 2009. godinu može se vidjeti da je tada iskorištenost kapaciteta iznosila 44 dana. To bi značilo da je u promatranom razdoblju popunjenost kapaciteta rasla s prosječnom godišnjom stopom od 4,95 %.

Grafikon 3. Usporedba iskorištenosti smještajnih kapaciteta grada Buzeta, Istarske županije i Republike Hrvatske (u danima)



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske: Turizam 2018.

Može se vidjeti da je prosječna popunjenost kapaciteta u 2018. godini u Republici Hrvatskoj bila 68 dana, a isto toliko je bila i u Buzetu. Istarska županija ima veću prosječnu popunjenost za 13 dana, odnosno smještajni kapaciteti su bili prosječno popunjeni 81 dan.

Potrebno je raditi na razvoju smještajnih kapaciteta koji odgovaraju oblicima turizma koji se žele razvijati u budućnosti pa se u tom smislu predlaže provođenje mjera restrukturiranja (određenih) postojećih kapaciteta te uvođenje novih, a sve u cilju podizanja razine kvalitete i povećanja konkurentnosti turističke ponude.

2.3. Analiza atraktivnih lokacija na području Grada Buzeta

Stari grad Buzet

Stari grad Buzet smješten je na vrhu brda u čijem se podnožju nalazi rijeka Mirna a predstavlja jedinstveni vidikovac na okolne brežuljke. U podnožju gradskih bedema s vanjske strane (osobito južne) nalaze se vrtovi koji do sada nisu turistički valorizirani, a koji predstavljaju značajan element krajolika.

Stari grad Buzet u svojim gradskim zidinama i uskim uličicama skriva sačuvane srednjovjekovne građevine iz 15. stoljeća, zatim dvoja gradska vrata i to: Vela (iz 1547. godine, naatici je reljef sv. Jurja, patrona tvrđave) i Mala (dovršena 1592. godine, s grbom kapetana Carla Salamona), staru palaču kapetana s grbovima iz 17. stoljeća, skladište za žito sa grbovima i cisternu s baroknim ukrasima iz 18. stoljeća (Histrica, Buzet, <http://historica.com/hr/istra/green/buzet/>). *Palača Moretti* predstavlja kompleks klasicističke palače s početka 19. stoljeća. Izgrađena je na zapadnoj strani gradskog bedema.

Slika 1. Panorama Starog grada Buzeta



Izvor: www.tz-buzet.hr

Prema inicijativama u okviru projekta KulTourSpirit (program razvoja kulturnog i kreativnog turizma Istarske županije) palača će se urediti kao novi Centar starih zanata, tj. edukativni, interpretacijski i izložbeni centar koji stavlja naglasak na prikazivanje starih zanata u buzetskoj starogradskoj jezgri.

Karolinina kuća je stambena zgrada smještena u starom gradu Buzetu na istočnom dijelu bedema, a dobila je ime po zadnjoj stanovnici ove zgrade gospođi Karolini. Zgrada je u postupku sanacije i zaštite te je interesantna činjenica da je tijekom provedbe arheoloških istraživanja u njoj pronađena rimska nadgrobna ara koja datira iz kraja 1 st. Na prednjem licu ima uklesan natpis, a na bočnim se stranicama nalaze reljefni prikazi vrča i patere. Ova stambena zgrada se planira urediti kao „Karolinina kuća ljekovitog bilja“, a kuća bi bila interpretacijski i edukativni prostor vezan uz kulturu korištenja samoniklog i ljekovitog bilja prema starim recepturama. Stambeni objekt Karolinina kuća prema planovima sastojao bi se od potkrovlja u kojem bi bila sušiona bilja, prostora za izradu namijenjen preradi bilja te terasi i vrtu ispred kuće.

Značajna zgrada je i *Fontik*, *venecijansko skladište za žito* koje je izgrađeno 1534. godine, a za društvena zbivanja je obnovljeno 1900. godine. Danas se u zgradi nalazi Atelje Ivančić. Značajni objekti su *Palača de Vertis* (1629. g.) (trenutno u fazi rekonstrukcije, a u njoj će se smjestiti poduzetnički inkubator), *Palača Bembo* (1728. g.) te lapidarij s nadgrobni pločama, grbovima i grlom bunara.

Nadalje, značajnu ulogu imaju i sakralni objekti i to:

- *Crkva sv. Jurja Mučenika* (pojedinačno nepokretno kulturno dobro) nalazi se na sjevernom dijelu stare gradske jezgre Buzeta. Njezina unutrašnjost jednostavnog je longitudinalnog oblika s povišenim apsidalnim dijelom. Današnji oblik crkva je dobila između 1603. i 1611. godine. Cijela unutrašnjost bogato je ukrašena pokretnim inventarom tijekom 17. i 18. stoljeća. Crkva je potkraj 18. stoljeća ponovo preuređena i povišena te je postavljen novi krov i strop, ukrašen trima oslikanim medaljonima (rad slikara Mattea Furlanetta) i štukaturama. Crkva je opremljena dragocjenim drvenim zlatnim oltarima iz 17. st., drvorezbarenim korskim klupama domaćeg majstora i velikim slikama Tiepolova sljedbenika, a u 2018. godini dovršeni su restauratorski radovi sa strane Hrvatskog restauratorskog zavoda (<http://www.h-r-z.hr/index.php/aktualno/europska-godina-kulturne-bastine/2892-buzet-crkva-sv-jurja>).

- *Župna crkva uznesenja blažene djevice Marije* smještena je u centralnom dijelu starog grada Buzeta te je izgrađena kao jednobrodna građevina s bočnim kapelama. Dovršena je 1784. godine, a sadrži vrijedan inventar. Orgulje u crkvi su djelo Gaetana Callida iz 1787. godine, a zvonik kraj crkve sagrađen je 1897. godine.
- *Kapela sv. Vida* nalazi se na groblju, podno tvrđave. Srednjovjekovnog je podrijetla s reljefom sv. Vida, rimskim spiljama i grbom kapetana Marc' Antonija Erizza iz razdoblja njegovog službovanja (1603 - 1606). Zvonik je iz 15./16. st., a natpis iz 1614. i 1653. godine.
- *Vela šterna* je podignuta 1788./1789. godine na mjestu starije. Ograda je izvedena u rokoko stilu s grbom kapetana Marc' Antonija Trevisana i natpisom o gradnji. U podnožju natpisa ugrađen je venecijanski reljef lava.
- *Mala šterna* je obnovljena 1517./1522. godine i ponovno sagrađena 1563. godine (<http://www.tz-buzet.hr/hr/component/content/category/34-staticni-tekstovi-kultura>).

Roč, Hum i Aleja glagoljaša

Još u prapovijesti Roč je bio utemeljen kao gradsko naselje. Smješten je na brežuljku, jugoistočno od grada Buzeta. U srednjem vijeku sagrađen je kaštel, a kao urbano naselje formiran je u razdoblju od XII. do XV. stoljeća, za vrijeme mletačke vlasti. Ročke zidine su zbog sukoba lokalnog stanovništva i Venecije srušene, ali 1421. godine Venecija dopušta njihovo ponovno građenje i obnovu. Roč je u povijesnom kontinuitetu prepoznatljiv kao jedan od najvažnijih središta hrvatske pismenosti, nakladništva i tiskarstva utemeljenih na najstarijem hrvatskom pismu, glagoljici. Točnije od XIII. stoljeća Roč je jako središte glagoljice (u njemu djeluju glagoljaši Šimun Greblo, Juri Žakan, Jeronim Greblo, Ivan Benčić) (<http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2373>).

Crkva Sv. Antuna Opata, romanička crkva iz 12. stoljeća, ima posebnu vrijednost u trima posvetnim križima na južnom bočnom zidu gdje se nalaze grafiti koji su nastali od 12. do 15. stoljeća. Među najpoznatijima je *Ročki glagoljski abecedarij* nastao oko 1200. godine, a prema istraživanjima prof. Fučića iz 1949. godine predstavlja nalaz od prvorazrednog značaja za poznavanje hrvatske glagoljice. U njemu se ogleda standard hrvatske glagoljske azbuke starijeg razdoblja, u pogledu morfologije znakova i sastava same azbuke te redosljeda slova i njihovih brojčanih vrijednosti (Fučić, 1976.).

Župna crkva Sv. Bartola je srednjovjekovna crkva koja je više puta adaptirana, a uz nju je zvonik koji s 26 metara visine dominira prostorom Roča.

Crkva sv. Roka je srednjovjekovni romanički sakralni objekt te predstavlja pojedinačno nepokretno kulturno dobro. U crkvi su sačuvana dva sloja fresaka. Stariji, iz 14. st., samo se djelomično nazire, no i to je dovoljno da se prepoznaju scene mučeništva sv. Petra i Pavla između kojih je prizor Čuda sv. Jakova. Nad njima se nalazi sloj fresaka koje se mogu povezati s krugom Ivana iz Kastva, čije se freske nalaze i u drugim istarskim mjestima. Freske se datiraju oko 1470. godine prije nego što je restauracijom otkriven glagoljski grafit koji je pomaknuo dataciju na sam kraj 15. st. Grafit je autograf Šimuna Grebla, poznatog ročkog popa glagoljaša (<https://www.istria-culture.com/crkva-sv-roka-u-rocu-i183>).

Slika 2. Rimski lapidarij unutar gradskih vrata



Izvor:<https://blog.dnevnik.hr/nakrizanju/2016/08/1632038678>

Kod glavnih gradskih vrata Roča smješten je *lapidarij* koji sadrži rimske kamene ploče, a vrijedan kulturni resurs je i mletački top „bombarda“.

Katedra Čakavskog sabora iz Roča je 2000. g. ostvarila značajan projekt i obogatila Roč replikom Gutenbergove glagoljske tiskarske preše. Autor projekta je prof. Frane Paro, a projekt je znak sjećanja na žakna Jurja iz Roča koji je čuvenim zapisom "Vita, vita, štampa naša gori gre" u "Misalu kneza Novaka" (koji datira iz 1368. g., a bio je kupljen za crkvu u Nugli pokraj Roča 1405. g.) najavio tiskanje "Misala po zakonu rimskoga dvora" kao prve hrvatske tiskane knjige na glagoljici.

Slika 3. Replika Gutenbergove glagoljske tiskarske preše



Izvor: Foto Elena Rudan

Uz Roč se vežu i drugi izvori glagoljice, koji se danas ne nalaze u Roču kao što su:

- *Ročki misal* izrađen u Roču 1421. godine, autora Bartola Krbavca. U Roču je bio u uporabi do 1593. godine. Danas se nalazi u Nacionalnoj knjižnici u Beču.
- *Brevijar Vida Omišljanina* - brevijar iz 1396. godine pisao po narudžbi crkve u Roču Vid Omišljanin. Brevijar se danas nalazi u Nacionalnoj knjižnici u Beču (Fučić, 1976.).

Na inicijativu Katedre čakavskog sabora Roč (Perinić, 2014.) ispred Malih vrata podignut je Vidikovac Želimira Janeša. Posvećen je čuvanju uspomena na velikog meštra i kipara Janeša, autora likovnog postava Aleje glagoljaša. Ovaj vidikovac pruža prekrasan pogleda na prostor koji je prožet povijesnim vrijednostima.

U Roču se svake godine održava škola *Mala glagoljska akademija „Juri Žakan“* koju pohađaju učenici šestih razreda osnovnih škola iz cijele Hrvatske i traje sedam dana. U okviru te škole djeca uče pisati i čitati glagoljicu te se upoznaju s glagoljskom baštinom. Osobitosti prezentacije glagoljice predstavljaju i *vođene kostimirane ture* gradom Ročom i njegovim glagoljskim znamenitostima. U Roču se održavaju i radionice freskoslikarstva koje svojom specifičnošću edukacijskog programa predstavljaju veliki potencijal za dodatni razvoj kreativnog turizma. Polaznici radionica usvajaju fresko-tehniku te izrađuju svoje autorske freske, ali još je važnija činjenica da se učesnici upoznaju s ovom jedinstvenom slikarskom tehnikom, uče o njenom nastanku i svim njenim povijesnim karakteristikama (npr. kako doći do potrebnih materijala, kako ih održati, kako očistiti materijale, napraviti svoju boju i žbuku, itd.) Značaj istarskog zidnog slikarstva dodatno otvaranje Kuće fresaka u prostoru stare škole u Draguču koji je zajednički je projekt Županije Istarske i Općine Cerovlje, a kojem su se kasnije priključili Regija Veneto i Ministarstvo kulture. Stoga integriranim djelovanjem dionika mogu se dodatno ostvarivati aktivnosti u stvaranju prepoznatljivosti freskoslikarstva, a koje bi trebali biti uključene u integralni razvoj turističke destinacije kao destinacije zidnog slikarstva. (Kuća fresaka u Draguču).

Kao put kroz povijest i bogatstvo glagoljaštva, podno Roča utemeljena je sedamdesetih godina prošlog stoljeća *Aleja glagoljaša*, spomen obilježje u dužini od 7 km, a koje se proteže od Roča do grada Huma. Aleju glagoljaša čini 11 spomenika glagoljici od kojih je 10 izrađeno od kamena, a jedan predstavlja ulazna vrata Huma izrađena od bakra. Idejni začetnik je hrvatski književnik Zvane Črnja, a osmislili su je kipar Želimir Janeš i profesor Josip Bratulić. Aleja započinje podno Roča Stupom Čakavskog sabora. To je obilježje u obliku glagoljskog slova S koje simbolizira prvo slavensko pismo i početke slavenske pismenosti. Ostalih deset spomen - obilježja čine: Stol Ćirila i Metoda, Sijelo Klimenta Ohridskog, Vidikovac Grgura Ninskog, Glagoljski lapidarij, Klanac hrvatskog Lucidara, Uspon Istarskog razvoda, Zid hrvatskih protestanata i heretika, Odmorište žakna Jurja, Spomenik otporu i slobodi te Vrata Huma (https://www.tz-buzet.hr/hr/kultura/glagoljica/aleja-glagoljasa).

Aleja glagoljaša predstavlja istinski kulturni resurs koji do sada nije dovoljno prisutan u turističkoj ponudi na istarskom području, ali i na nivou cijele Hrvatske. Ovaj specifičan i poseban model prikaza povijesti glagoljice uz inicijativu izgradnje Muzeja glagoljice na početku Aleje glagoljaša ima izrazito veliki potencijal u budućim turističkim razvojnim potencijalima kulturnog turizma.

Slika 4. Aleja glagoljaša



Izvor: <http://inlovewithtraveling.com/aleja-glagoljasa>

Osim Roča, središte glagoljaštva u Istri predstavlja i Hum još poznat i kao „najmanji grad na svijetu“. Hum ima sve značajne objekte za upravne i javne djelatnosti, a ima i vlastitoga Župana koji se svake godine bira na godinu dana. Hum je prema legendi nastao kada su divovi gradili gradove u dolini Mirne te su od preostalog kamena izgradili Hum. Današnji izgled u osnovnim konturama, dobio je već u XI. stoljeću, kada je sagrađen prvi niz kuća i kaštel. Tijekom stoljeća grad se razvijao unutar zidina a veće promjene je doživio za vrijeme Venecije u XVI. i XVII. stoljeću. Tada su obnovljene zidine s dvjema kulama, gradska vrata, gradska loža i nova župna crkva. Pored glagoljaštva, Humu posebnu vrijednost daju humski glagoljski natpisi u prizemlju Polače (gradska palača) i pronađene freske u crkvi sv. Jeronima na humskom groblju. Humske freske predstavljaju jedinstveno umjetničko djelo koje predstavljaju značajnu ostavštinu romaničko-bizantske umjetnosti. U novije doba, Hum je poznat i kao Grad biske, istarske rakije s imelom čija receptura potječe upravo iz tog gradića. Humska Biska je domaća rakija koja se sprema od domaće komovice, bijele imele i četiri vrste trava. Recept je star otprilike dvije tisuće godina, a recept je ostavio humski župnik Josip Vidal, vrsni poznavatelj ljekovitog bilja. Danas se biska može kupiti u malim trgovinama i Humskoj konobi.

Kaštel Petrapilosa

Kaštel Petrapilosa nalazi se 6 km zapadno od Buzeta, nedaleko ceste koja vodi uz rijeku Mirnu prema Livadama i Motovunu. Kaštel je služio za nadziranje cijele doline rijeke Mirne i središnje Istre akvilejskim patrijarsima u srednjem vijeku i Mlečanima u XV. stoljeću. Povijest „Kosmatoga grada“ puna je legendi i usmenih predaja. Srednjovjekovni dvorac smjestio se na visokoj hridi koja dominira širim područjem uz rječicu Bračanu. Stoljećima je predstavljao odličan vojno - obrambeni položaj s kojeg se kontroliralo svako kretanje poljem ili cestom širom doline. Prvi pisani izvori spominju utvrdu – Ruin, još u X. stoljeća. Od tada pa do početka XIII. stoljeća, u Istri su se izmjenjivala razdoblja dugotrajnih borbi za nasljedno pravo vlasti između germanskih feudalnih obitelji, akvilejskih i gradeških patrijarha. Akvilejski patrijarh preuzeo je zamak 1208. godine i držao ga je u posjedu sve do 1420. godine kada ga je oduzela Venecija. Ime feudalca Vulingiusa de Petrapilosa, kao akvilejskog

vazala, prvi se put pojavilo u spisu 1210. godine. Nakon 1420. godine kaštel Petrapilosa je prešao pod upravu Serenissime. Godine 1440. mletački je dužd dodijelio Nicoli Gravisiju iz Pirana Castrum Petrapillosae u „vječni feud“ koji je sačinjavalo 12 sela na oko 89 km² zemlje.

Slika5. Kaštel Petrapilosa



Izvor:

<https://www.flickr.com/photos/mountmanphoto/41023844262>

Vrh je maleni istarski gradić i kulturno-povijesna cjelina, a smjestio se na vrhu brda iznad jezera Butoniga. Župna crkva Uznesenja Marijina u Vrhu izgrađena u XIV.st., bila je obnovljena 1518. i 1927. godine. U njoj je 1948. B. Fučić otkrio kamenu gotičku figuralno ukrašenu kustodiju kipara Benka iz

Sočerge, s glagoljskim natpisom iz 1463., te škropionicu s glagoljskom datacijom iz 1552. Zvonik odvojen od crkve izgrađen je 1904. (vis. 32m) (<http://istrapedia.hr/hrv/1373/vrh/istra-a-z/>). Ispod naselja nalazi se kapela sv. Antuna opata (1894. g.).

Mnogobrojna kulturno-zabavna događanja u Bužeštini su ujedno i temelj razvoja kulturnog turizma. Mnoga kulturna događanja organizira Pučko otvoreno učilišta „Augustin Vivoda“ Buzet. Učilište tijekom godine organizira predavanja, izložbe, kazališne predstave, koncerte, edukativne i kreativne radionice, promocije knjiga i druga kulturna događanja.

Svake se godine u organizaciji Katedre Čakavskog sabora Buzet organizira znanstveni skup Buzetski dani koji okuplja znanstvenike, istraživače, povjesničare i druge intelektualce kojima je Bužeština predmet istraživačkog interesa, te koji svoje radove publiciraju u godišnjaku Buzetski zbornik. U organizaciji istraživanja i interpretacije glagoljice na području Roča pridonosi udruga Katedra Čakavskog sabora Roč koja je i vodila izgradnju Aleje glagoljaša. Ročki glagoljaški biennale je znanstveni skup koji je djelovao kao posebna katedra Čakavskoga sabora utemeljena 1973. s ciljem proučavanja i predstavljanja glagoljičke baštine. Sjedište katedre bilo je u Roču, gdje je održan i prvi znanstveni skup 1973. godine.

Osobitost nematerijalne baštine na području Bužeštine predstavlja i specifičan lokalni izričaj, tzv. buzetski dijalekt, poseban dijalekt unutar čakavskog narječja prepoznatljiv po upitno-odnosnoj zamjenici kaj.

Pustolovni park „Buzet Outdoor Adventure“

Pustolovni park "Buzet Outdoor Adventure" nalazi se u kanjonu rijeke Mirne uzvodno od Tombasina, te prati korito rječice Drage. Park nije namijenjen isključivo ekstremnim sportašima, već su dva zip-linea i viseći mostići dostupni i obiteljima s nešto starijom djecom. Lokacija pustolovnog parka omogućava preplitanje različitih skupina korisnika, budući su u sportsko-rekreativnoj zoni uz Mirnu ishodište biciklističke staze, planinarske/pješačke staze, nekoliko penjačkih smjerova te lokacije drugih outdoor sadržaja Buzeta. Specifičnost lokacije omogućava kombiniranje edukativne i sportske ponude jer su, osim povezanosti s infrastrukturom raznih outdoor aktivnosti, uz rječicu Dragu ovdje i tri uređena rudarska okna koja odražavaju povijest Bužeštine. S obzirom na istaknuti potencijal lokacije i atraktivnost sadržaja, ovaj resurs je veoma važan i u turističkom smislu.

2.4. Oblici turizma od značaja za grad Buzet

U nastavku će se dati kratka analiza oblika turizma koji su značajni za grad Buzet. U to ulaze gastronomski, sportski, kulturni i zdravstveni turizam. Nakon toga, analizirani su najvažniji događaji koji se trenutno organiziraju, te je dan prijedlog uvođenja novih čijom bi se realizacijom unaprijedio turizam grada Buzeta.

2.4.1. Gastro (gourmet) turizam

U novije vrijeme sve je veći interes za hranom i prehranom. Hrani se pristupa s aspekta nutricionizma, medicine, gastronomije, sigurnosti, održivosti te naravno turizma. Mediji su preplavljeni informacijama o utjecaju hrane na zdravlje i dobrobit, kulinarski showovi propagiraju pripremu hrane, favorizira se lokalna, autentična, ekološka hrana koja se stavlja ne samo u kontekst

osobnog zdravlja već i globalnog održivog razvoja kao doprinosa društvenom i ekonomskom razvoju.

U tom kontekstu, hrana i piće su bitni elementi i cjelokupnog turističkog doživljaja, te postaju u značajnom mjeri i vodeći motiv putovanja. Turisti mogu konzumirati hranu i pića kao dio iskustva na putovanju, ili mogu pripadati skupini čije su aktivnosti, ponašanja pa čak i odabir destinacije uvjetovani interesom za hranom i pićem.

Nadalje, hrana i piće odražavaju i identitet i kulturu pojedine zemlje, ili njezinih regija i upravo zato su značajna komponenta baštine i kulturnog turizma. U kontekstu globalizacije i potencijalne kulturne homogenizacije, mogu predstavljati specifičan izričaj i odraz kulture regije te mogu poslužiti kao sredstvo diferencijacije destinacije u uvjetima rastuće konkurencije.

U znanstvenoj literaturi koja proučava povezanost hrane i turizma često se naizmjenično koriste sljedeći (vrlo slični) pojmovi: turizam hrane, gastronomski i kulinarski turizam (Horng i Tsai, 2012). Među ovim pojmovima postoji mala razlika u kontekstu, odnosno u različitostima iz perspektive gosta i domaćina.

Gastronomski turizam kao primarni motiv putovanja i kao dio gotovo svih aktivnosti na putovanjima prepoznaje posjete primarnim i sekundarnim proizvođačima hrane, kušanje proizvoda, posjete festivalima i događajima i konzumiranje autentičnih specijaliteta u različitim ugostiteljskim objektima. Sve popularnije aktivnosti među turistima su i edukativni posjeti (npr. tečajevi ili škola kuhanja) autentične regionalne hrane (Hall i Mitchel, 2006). Tijekom takvog putovanja kupovina i konzumacija lokalne, autohtone hrane (i pića), promatranje i izučavanje proizvodnje hrane (od poljoprivrede do kulinarstva) predstavljaju značajan motiv ili aktivnost. Takvi turisti vole posjetiti kuhinju domaćina, zanimanju se za tipične namirnice i jela, te se zanimaju gdje mogu kupiti namirnice i primjerice začine za pojedino jelo (Hall i Mitchel, 2006). Drugim riječima, gastronomski turizam je kretanje na put u potrazi za uživanjem u pripremljenom jelu, pićima i ostalim događajima vezanim uz jelo (Wolf, 2006).

Unutar gastronomije, *gourmet* se odnosi na segment ponude najviše kvalitete. Njegova obilježja su vrhunska kvaliteta namirnica, priprema i prezentacija hrane pri čemu posebno dolazi do izražaja kreativnost *chefa* uz posebnu posvećenost „filozofiji“ kuhinje koju nudi.

Kulinarski turizam je oblik turizma koji značajno naglašava povezanost hrane i kulture. Hrana se sagledava kao medij za kulturno iskustvo tj. definira se kao iskustvo aktivnosti vezanih uz hranu i kulturološke aspekte konzumacije. U ovom slučaju jakost hrane kao motiva je nešto manja, a aktivnosti uključuju primjerice posjetu lokalnim tržnicama, događajima, restoranima ili vinarijama kao dio ostalih aktivnosti koje se provode u destinaciji (Hall i Sharples, 2003).

Na sličan način se definira i vinski turizam - posjeta vinogradima, vinarijama, festivalima, izložbama i drugim događajima vezanim uz vino prilikom kojeg je kušanje i uživanje u vinu primarni motiv posjete (Hall i Mitchell, 2001). U posljednje vrijeme postaje sve popularniji i pivski turizam, iako je on specifičan za užu skupinu turista. Pivski turizam su specijalizirana tematska putovanja koja uključuju posjete pivovarama, zanimljivim pivnicama, festivalima i kušanjima piva te uz to povezane neke druge aktivnosti (npr. hodanje ili sl.) (Brown, 2011).

Identificirana je i posebna skupina potrošača koji su strasno zainteresirani za hranu te koji putuju motivirani upravo tim specifičnim interesom. Ova skupina se naziva *Foodies*. Istraživanja pokazuju da njihov broj konstantno raste (World Food Travel Association, 2018).

Glavna obilježja *Foodies* su:



Ukoliko Buzeština kao destinacija želi biti orijentirana prema gastronomskom turizmu mora svoju ponudu prilagoditi potrebama tržišnog segmenta *Foodies* te slijediti svjetske trendove. Aktualni svjetski trendovi u gastronomiji su:

- Kupovanje iskustva - traže se proizvodi i usluge koji osiguravaju stjecanje novih znanja, vještina i razvijaju kreativnost;
- Održivost - favorizira se proizvodnja, prerada transport i priprema hrane s minimalnim negativnim učincima na okoliš;
- Hrana koja se nudi mora biti svježija, sezonska, lokalno proizvedena hrana, kad god je moguće iz ekološkog uzgoja;
- Raste interes za hranom koja može unaprijediti zdravlje. Traže se ponude hrane namijenjene skupinama gostiju sa specifičnim prehranbenim potrebama;
- Multikulturalnost - potrošači žele upoznati nove okuse, kuhinje i kulturološke aspekte različitih modela prehrane;
- Povratak tradiciji - cijene se autentične, lokalne recepture prilagođenim suvremenim okusima;
- Kvalitetna brza hrana (tzv. *Street hrana*; *Hrana s nogu*) - ponuda mora uz kvalitetu biti i autentična, kreativna, lokalna i cjenovno pristupačna;
- Rastući utjecaj medija, a posebice društvenih mreža, recenzija, blogera i influencera.

- Raste utjecaj *gourmeta* kao segmenta najviše kvalitete - iako je malog udjela ima veliki utjecaj na očekivanja gostiju i formiranje trendova.

Aktualna gastronomska ponuda Bužeštine uključuje: konobe i restorane, vinske ceste i ceste maslinovog ulja uz posebno izdvajanje triju autohtonih proizvoda: biske, meda i tartufa (<https://www.tz-buzet.hr/hr/gastronomija>). Tartufi su svojevrsni simbol grada, budući da je još 1999. godine Buzet bio proglašen „Gradom tartufa“.

Ugostiteljski objekti

Enogastro vodič kroz Istru - Istra gourmet, izdanje 2019/2020., uključuje 190 objekata razvrstanih u tri skupine: restorani i konobe, „preporuke“ i „skupina i još...“.





Restorani i konobe se ocjenjuju prema sljedećim kriterijima: hrana (kreativnost ponude, kvaliteta ulaznih sastojaka, kuhanje, okus i prezentacija), piće (ponudu, držanje i čuvanje vina, umijeće preporuke i posluživanje), ambijent (vanjski i unutarnji izgled, oprema, čistoća i ugođaj) te usluga (doček i ispraćaj gosta, kompetentnost osoblja).

Svaki od ova četiri kriterija nosi određen broj bodova (najviše hrana - 40 bodova, a ostala tri po 20), tako da, teoretski, u idealnoj situaciji, uz najviše ocjene po svim kriterijima, jedan restoran ili konoba mogu osvojiti najviše 100 bodova. Posljednje četiri godine, objektima s osvojenih 80 i više bodova dodjeljuje se oznaka od jedne do tri vilice (kad je riječ o restoranima) odnosno, od jedne do tri žlice (kad je riječ o konobama ili agroturizmima). U vodič je obzirom na različit broj skupljenih bodova (80-100) uvršteno ukupno 110 restorana i konoba (Tablica 13).

U vodič su uključeni i objekti sa oznakom „preporuka“- to su jednostavniji, nepretenciozni objekti s nevelikom ponudom, ali i dalje vrijedni posjeta i uživanja u specijalitetima.

Postoji i treća skupina „i još...“ koja uključuje objekte koji nisu niti restorani, niti konobe, ali su s gastronomskog gledišta vrijedni posjete zbog jedinstvene ponude (kušaonica pršuta ili sira i sl.).










Tablica 13. Opis oznaka kvalitete konoba i restorana

Oznaka	Opis
	Izvrsnost koja značajno odskače od uobičajenog prosjeka u regiji. Restorani u rafiniranom ambijentu s elaboriranom autorskom kuhinjom, degustacijskim menijima, vrhunskom prezentacijom jela i sommelierom. Konobe u autentičnim prostorima s „domaćinskim“ i toplim ugođajem. Prvoklasna jela pripravljena na tradicijski način i(li) kreativno korištenje lokalnih namirnica. Osvojenih 96 -100 bodova.
	Odličan restoran ili konoba kojeg samo korak dijeli od najboljih. Sezonska, maštovita jela s vrhunskim lokalnim sastojcima, ambiciozno kuhanje, kompetentno osoblje, vinska karta. Osvojenih 91-95 bodova.
	Vrlo dobar restoran ili konoba. Prepoznatljiva kuhinja, kvalitetne namirnice, pouzdan servis i doba izbor vina. Osvojenih 86-90 bodova.
	Dobar restoran ili konoba. Nekoliko kućnih specijaliteta, dobra atmosfera i korektna usluga. Osvojenih 80-85 bodova.

Izvor: Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije

U istom vodiču istaknuto je i šesnaest objekata na području gdje se mogu naći tartufi, a koji mogu nositi i dodatnu oznaku „Izvorni tartuf“- *Tartufo vero*. Ovi objekti su izdvojeni među mnogima koji nude tartuf zbog kvalitete u prezentaciji i serviranju tartufa, sljubljanja jela na bazi tartufa s vinima, poznavanja svih vrsta bijelog i crnog tartufa te posebnih tartufarskih sezonskih menija. Iako je prema vodiču Istra gourmet 2019/2020, sjeverna Istra svojevrsna „gastronomska meka“ sa najvećim brojem uključenih ugostiteljskih objekata (od ukupno 110 restorana i konoba čak njih 52 se nalaze u sjevernoj Istri), ali visokorangiranih restorana (3 od 4 najbolja restorana u Istri se nalaze u sjevernoj Istri) i konoba (2 od 4 najbolje su u sjevernoj Istri), na području grada Buzeta nalazi ih se vrlo mali broj (Tablica 14).

Tablica 14. Zastupljenost ugostiteljskih objekata prema kategorijama kvalitete

Oznaka kvalitete ugostiteljskih objekata	Sjeverna Istra	Grad Buzet
Restorani		
	4	-
	3	-
	6	-
	23	3
Restorani- ukupno	36	3
Konobe		
	2	-
	2	-
	3	1
	2	-
Konobe- ukupno	9	1
	16	2
Preporuke		
Restorani	4	3
Konobe	16	3
Preporuke-ukupno	20	6
I još	7	1

Izvor: Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije

Vidljivo je da iako se u Sjevernoj Istri nalazi gotovo polovica najboljih restorana u cijeloj Istri, a na području grada Buzeta svega su 3 restorana i jedna konoba ocjenjeni ocjenom dovoljnom za uvrštavanje među najbolje. Uočljivo je da iako je Buzet - „grad Tartufa“, svega 2 objekta su nositelji oznake Izvorni tartuf - *Tartufo vero*.

Vidljivo je također, da se čak 5 objekata sada nalaze u kategoriji „Preporuke“, što znači da imaju potencijal da podignu kvalitetu svoje ponude i usluge te budu uvršteni u ocjenjene restorane i konobe. Dodatno je u Vodič uvršten i jedan objekt u kategoriji objekata sa tradicijom do preko 50 godina rada.

Proizvodnja vina







U okviru vodiča Istra gourmet 2019/2020, svaki vinski podrum ocjenjuje se prema višestrukim kriterijima: uređeni eksterijer i interijer vinskog podruma, vizibilitet, snaga branda, medijska uvaženost na domaćoj i međunarodnoj sceni, razina involviranosti u razvoju vinskog turizma i originalna turistička ponuda, kvaliteta usluge i sadržaji u ponudi, poznavanje više stranih jezika te ostali tehnički i servisno-uslužni parametri.

Na temelju osvojenih bodova objektima se dodjeljuju oznaka: jedna, dvije, dvije plus ili tri čaše. Jedna čaša tako označava dobar, korektan vinski podrum, dvije čaše označavaju vrlo dobar, dvije

plus odličan, a tri čaše simboliziraju izvrstan vinski podrum, odnosno ponajbolji objekt u svojoj kategoriji.

Dodatno, vinima se može dodijeliti i oznaka Istarska kvaliteta (IQ), koja označava istarska vina visoke kvalitete, kako u pogledu tehnološke razine proizvodnje, tako i u pogledu tipičnosti te kakvoće samog vina. Pravo uporabe znaka IQ dodjeljuje se istarskim malvazijama i teranu natprosječne kvalitete, proizvedenim na području Istre, nastalim kao rezultat istarske tradicije, razvojno-istraživačkog rada, inovacija i invencije naših vinara. Usporedba broja kategoriziranih vinara prema kriterijima Istra gourmet 2019/2020 u Sjevernoj Istri i gradu Buzetu prikazana je u Tablici 15.

Tablica 15. Zastupljenost vinskih podruma prema kategorijama kvalitete

Oznaka vinskog podruma	Sjeverna Istra	Grad Buzet
 Izvrstan	8	-
 Odličan	12	-
 Vrlo dobar	12	1
 Dobar	10	2
Ukupno	42	3
 Tradicionalna istarska konoba	12	5
 Istarski vinski savjetnik IZVRSNA KVALITETA ODLIČNA KONOPA VRLO DOBAR	12	1

Izvor: Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije

Iz Tablice 15 vidljivo je od ukupno 42 vinara sa područja sjeverne Istre koji su uvršteni u Vodič u jednu od četiri kategorija kvalitete, svega tri su sa područja Buzeta, dok od 12 tradicionalnih istarskih konoba pet ih je na području Bužeštine. Upravo ti objekti bi trebali napraviti iskorak u smjeru podizanja kvalitete da budu uvršteni u ocjenjene i kategorizirane vinare. Nezadovoljavajuća je zastupljenost oznake Istarska kvaliteta (svega jedan vinar je nositelj te oznake).

Uočljivo je da postoji veliki prostor za poboljšanje kvalitete ponude u okviru vinskog turizma višeg ranga jer niti jedan vinar nije zadovoljio kriterije za dodjelu oznake izvrsnog ili odličnog vina. Svega jedan vinar je zadovoljio kategoriju vrlo dobar (dvije čaše).

Proizvodnja maslinovog ulja

S ciljem promoviranja kulture maslinova ulja, podizanja kvalitativnih standarda i kreativnosti te bolje razmjene iskustva, osim ocjene proizvodnje ekstra djevičanskog maslinovog ulja, u okviru enogastro vodiča Istra gourmet 2019/2020, svaki maslinar ocijenjen je prema sljedećim kriterijima:

uređeni eksterijer i interijer degustacijske sale; vidljivost i snaga brenda, medijska uvažnost na domaćoj i međunarodnoj sceni; razina involviranosti u razvoju turizma maslinova ulja i originalna turistička ponuda; kvaliteta usluge i sadržaji u ponudi; poznavanje više stranih jezika te ostali tehnički i servisno-uslužni parametri.

Na temelju osvojenih bodova maslinarima se dodjeljuje oznaka jedna, dvije ili tri bočice. Jedna bočica tako označava dobrog, korektnog maslinara, dvije bočice označavaju vrlo dobrog, a tri bočice simboliziraju izvrsnog maslinara, odnosno ponajbolji objekt u svojoj kategoriji.

Tablica 16. Zastupljenost proizvođača maslinovog ulja prema kategorijama kvalitete

Oznaka	Sjeverna Istra	Grad Buzet
 Izvrstan	6	-
 Odličan	17	-
 Vrlo dobar	17	3
 Dobar	27	7
	27	1

Izvor: Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije

Iz Tablice 16 vidljivo je da od ukupno 67 proizvođača u sjevernoj Istri, u Bužeštini se nalazi njih svega 10 od čega niti jedan nije ocjenjen niti sa izvrsnom niti sa odličnom kategorijom. Tri proizvođača su ocjenjena sa ocjenom vrlo dobar, a sedam sa ocjenom dobar. Također, samo jedan proizvođač je sa svojim ekstra djevičanskim maslinovim uljem uvršten u prestižan vodič Flos Olei 2019.

Iako je u 2015. godini Buzet bio finalist nagrade EDEN na temu lokalne gastronomije, iz analize trenutnog stanje segmentacije ugostiteljskih objekata te zastupljenosti vinara i maslinara na gastronomskoj sceni uočljivo je postoji veliki prostor za podizanje razine kvalitete i to ne samo kroz povećanje broja ugostiteljskih objekata (posebice onih više kvalitete) već i poticanje proizvođača vina i maslinovog ulja da podignu kvalitetu svojih proizvoda, ali i cjelokupne turističke ponude.

Istra je poznata i po proizvodnji i promociji sira, istarskog pršuta i meda. Od ukupno 14 proizvođača sira u Istri, na području Bužeštine djeluje samo jedan. Također, jedan proizvođač meda proizvodi i prodaje na području Buzeta dok ih u cijeloj sjevernoj Istri djeluje čak osam. Vrijedno je istaknuti da taj proizvođač jedini u Istri ima certifikat ekološke proizvodnje meda.

Pršut kao tradicionalno istarski specijalitet snažno se promovira, a što uključuje i zaštitu podrijetla i kvalitete oznakom izvornosti. Trenutno je u Istri 9 proizvođača zaštitilo svoje pršute oznakom izvornosti, ali nažalost niti jedan nije sa područja Buzeta (Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije).

Na području Bužeštine djeluje 8 proizvođača biske (<https://www.tz-buzet.hr/hr/gastronomija/biska>). Najpoznatija je humska biska, se može kupiti u Humskoj konobi u Humu te u suvenirnicama. Hum odnedavno nosi i naziv Grada biske.

Grad Buzet je poznata po obiteljskim tvrtkama koje organiziraju i „lov na tartufe“ (<https://www.tz-buzet.hr/hr/gastronomija/tartuf>). Od tri tvrtke, dvije su nagrađene sa certifikatom „Certificate of excellence“, Tripadvisor. Na ovom području djeluje također i 5 poduzeća za otkup i prodaju tartufa i proizvoda sa tartufima. Pri kraju je i realizacija edukativne staze „Put tartufa“ u mjestu Vrh koja je financirana sredstvima ruralnog razvoja u ukupnoj dužini od oko 300m, a koja će služiti u edukativne i turističke svrhe.

U kontekstu gastronomskog turizma, postoji neiskorišteni potencijal pivskog turizma. Na području grada Buzeta proizvodni pogon ima Istarska pivovara (<http://istarska-pivovara.hr/o-pivovari/>) koja upravo zahvaljujući vodi koju crpi sa područja Čićarije ima tradiciju proizvodnje piva, a odnedavno proizvodi i pivo sljubljeno sa autohtonim namirnicama (pivo a tartufom, sa muškatom). Osim ove pivovare postoji i craft pivovara Bruman koja može pratiti trendove u craft pivarstvu te kreirati proizvod po želji kupaca.

U Bužeštini se održavaju i razni eno-gastronomski događaji kao što su „Subotina po starinski“, Festival istarskih tartufa, Smotra istarskih rakija u Humu i Martinja –

krštenje mladog vina te događaj Lov na tartuf.

Tablica 17. Značenje i atraktivnost gastronomske ponude

Gastronomska ponuda	Potencijal razvoja atraktivnosti		
	Lokalno značenje	Regionalno značenje	Nacionalno značenje
Ugostiteljski objekti:	*		
Restorani	*		
Konobe			
Tartufi	*	*	*
Vino	*	*	
Maslinovo ulje	*		
Pivo	*	*	
Med	*		
Sir	*		

Legenda: Atraktivnost resursa može biti označena s 1 do maksimalno 3 zvjezdice

Budući da je područje grada Buzeta smješteno u Sjevernoj Istri za koju se može reći da predstavlja svojevrsnu „gastronomsku meku“ u odnosu na cjelokupnu Istru te da je na tom području koncentriran velik broj kvalitetnih restorana i konoba, nužno je poraditi na podizanju kvalitete ugostiteljske ponude s ciljem da se što više restorana i konoba uvrsti u vodič Istragourmet. U prilog činjenici da je ostvarenje tog cilja realno, govori i podatak da se značajan broj objekata (njih 6) nalazi u kategoriji „Preporuke“ što znači da ih mali korak dijeli do uvrštavanja u Vodič.

Značajan potencijal grada Buzeta predstavljaju i tartufi koji su već sada prepoznati kao jedan od tipičnih hrvatskih autohtonih proizvoda.

Pivski turizam ima potencijal regionalnog značaja obzirom na činjenicu da u svijetu raste broj turista čiji je motiv za putovanje upravo uživanje u pivu, a da na području Istre ne postoji niti jedna druga velika pivovara. Jedna velika pivovara kao što je to slučaj u Buzetu može poslužiti kao nukleus za okupljanje i malih *craft* pivovara te biti jedinstveni začetnik pivskog turizma u cijeloj Istri.

Proizvodnju maslinovog ulja, sira i meda trebalo bi usmjeriti na poboljšanje kvalitete i jačanja prepoznatljivosti već etabliranih proizvođača na lokalnoj razini budući da već sada postoje područja Istre koja zbog specifičnosti uvjeta na lokaciji vrlo uspješno koriste svoje potencijale za razvoj u prvom redu vrhunskog maslinarstva, a u manjoj mjeri i proizvodnje meda i sira.

2.4.2. Zdravstveni i vitality turizam

Zdravstveni turizam posljednjih desetljeća bilježi rastući interes hrvatske javnosti zahvaljujući pozitivnim trendovima koje ovaj oblik turizma ostvaruje u svjetskim i europskim razmjerima, a slični trendovi prisutni su i unutar Republike Hrvatske. Povoljan položaj, povoljni prometni uvjeti i prirodni resursi uz raspoloživost osposobljenih kadrova i nove tehnologije poluge su bržeg razvitka zdravstvenog turizma koji na području Republike Hrvatske ima dugogodišnju tradiciju i povijest. S obzirom na različitost prirodnih i stečenih preduvjeta, oblici i stupanj razvoja zdravstvenog turizma su različiti i specifični, što predstavlja mogućnost za usavršavanje i iskorištavanje neiskorištenog potencijala zdravstvenog turizma.

Zdravstveni turizam karakterizira multidisciplinarnost te se izučava i prati u okviru turizma i zdravstva. Ključni dokumenti za razvoj zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj su Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012-2020. godine, Nacionalna strategija turizma Republike Hrvatske do 2020 i Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma 2014. godine. Prema akcijskom planu razvoja zdravstveni turizam je jedan od vodećih turističkih proizvoda Republike Hrvatske do 2020. godine s vodećom ulogom u produljenju sezone i disperziji turističke aktivnosti. Zajednički je cilj zdravstvenog turizma zdravlje, dugovječnost, doživljaj, zadovoljstvo, wellbeing i vitalnost (vitality) turista-potrošača-pacijenta.

Tržište zdravstvenog turizma je izrazito divergentno i kompleksno, a obuhvaća tri osnovna oblika: wellness turizam (hoteli i lječilišta), lječilišni turizam (lječilišta i specijalne bolnice) i medicinski turizam (medicinske ordinacije, klinike i poliklinike, specijalne bolnice). Wellness, lječilišne i medicinske usluge su različite po svom proizvodu, preduvjetima i načinima zadovoljavanja, ali i turistima-potrošačima kojima je taj proizvod namijenjen. U okviru wellness turizma nude se programi usmjereni na relaksaciju i opuštanje korištenjem voda, minerala, mora, kozmetičkih proizvoda, masaža i drugih oblika uljepšavanja i opuštanja tijela. Osim ovih tradicionalnijih programa sve se više razvijaju i drugi oblici turizma koji daju dugovječnost i vitalnost, te doprinose općoj dobrobiti turista: sport i fitness – aktivan/avanturistički odmor, holistički wellness (joga, meditacija, opuštanje, religija), nutricionizam i detoks, eko-turizam, psihološki wellness i programi mentalnog opuštanja (individualni i grupni programi). Evidentno je da različite dobne skupine imaju različite potrebe i preferencije za proizvodom zdravstvenog turizma. Novije generacije, posebice mlađi potrošači, imaju sve izraženiju potrebu za bržim, češćim i sadržajnijim oblicima opuštanja koje se temelje na holističkom pristupu i liječenju tijela, duha i uma (2019 Global Wellness Trends na www.globalwellnesssummit.com).

Osnovni preduvjet za razvoj lječilišnog turizma su prirodni resursi, pružatelji usluga, kadrovi i tehnologija. Pružanje kvalitetne usluge uz korištenje prednosti prirodnih ljepota, zdravog okruženja i hrane, prometne dostupnosti, kvalitetnog smještaja i ljubaznosti osoblja čine značajnu prednost u odlučivanju o odabiru destinacije. Proizvod lječilišnog turizma je usmjeren prema svim dobnim skupinama, primarno starijoj populaciji.

Medicinski turizam, kao i lječilišni turizam, zahtjeva značajna ulaganja u materijalnu i kadrovsku infrastrukturu što je opravdano s obzirom na sve veću dugovječnost populacije i brze tehnološke promjene u području medicinskih proizvoda i terapija. U području medicinskog turizma najveću popularnost u europskim okvirima bilježi estetska kirurgija, dentalna medicina, ortopedska kirurgija, tretmani pretilosti i oftalmološka kirurgija (Intel, Global Consumer Trends na www.mintel.com/resources).

Uspjeh zdravstvenog turizma sprega je niza činitelja među kojima su najznačajniji:

- kvaliteta usluge i kadrova na svim razinama poslovnog procesa (od pripreme dolaska turista, boravka i komunikacije po povratku turista),
- provođenje svih faza pružanja zdravstvenih usluga u specijaliziranim centrima (certificiranje, standardi sterilnosti),
- dostupnost destinacije,
- cijena i promocija na razini poslovne jedinice, destinacije, regije i turističke zemlje.

Osviještenost ljudi i potreba za sve većom kvalitetom života prati se kroz rastuća izdvajanja za zdravstvo u strukturi BDP-a. Europski prosjek je u 2017.godini iznosio 9.6% dok sve razvijenije europske zemlje bilježe izdvajanje preko 10%: Francuska, Njemačka, Švedska, Austrija, Danska, Nizozemska i Belgija. Među istaknutim su i neke susjedne zemlje, i potencijalno najznačajnija tržišta - Italija 8.9%, Slovenija 8%, Švicarska čak 12.3%. Posebno su interesantna velika inozemna tržišta u kojima se zdravstvene usluge plaćaju i u kojima nisu obavezna zdravstvena osiguranja.

Grad Buzet graniči sa općinom Oprtalj na čijem se području nalaze Istarske toplice te je upravo njihova blizina značajna prednost za to područje i ukazuje na veliku opravdanost sinergijskog promišljanja razvoja zdravstvenog turizma.

Buzet posjeduje preduvjete za razvoj vitality turizma i to (Buzet – centar vitalnosti, 2012):

- ugodna klima
- očuvana priroda i raznoliki prirodni resursi te
- bogata kulturno – povijesna baština.

Preduvjeti koje posjeduje Grad Buzet ukazuju da su velike mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma posebice u području wellness i medicinskog turizma. Za ostvarivanje turističkih rezultata potrebno je pristupiti osmišljavanju zdravstveno-turističke ponude koja treba biti proširena, inovirana, raznolika i dobro promišljena kako bi se ostvarili planirani rezultati poput većeg broja smještajnih jedinica, implementacija raznovrsnijeg sadržaja zdravstvenog turizma, veće iskorištenosti ukupnih kapaciteta i inoviranih programa. S druge strane treba pristupiti kontinuiranom radu na području turističke potražnje i marketinga koja treba rezultirati povoljnijim financijskim rezultatima usmjerena na emitivna tržišta veće potrošačke snage i manje sezonske ovisnosti. Dobro osmišljenim pristupom i zajedničkim naporima turističkih i zdravstvenih djelatnika može se očekivati stalni rast zdravstvenog turizma i ukupnih turističkih pokazatelja u gradu Buzetu.

2.4.3. Sportski turizam

Kroz sinergiju sporta i turizma, sportski turizam implicira putovanje zasnovano u slobodnom vremenu pojedinca pri čemu isti privremeno napušta prebivalište kako bi aktivno sudjelovao u sportskoj aktivnosti, bio dio događaja vezanog uz istu ili posjetio atraktivne lokacije povijesno vezane uz izabrani sport. Sportski turizam ima mnoštvo pojava oblika - obuhvaća brojne značajno različite aktivnosti, koje generiraju specifičnu i međusobno različitu turističku potražnju (i ponudu). Upravo zbog mnoštva specifičnih interesa, odnosno sportskih aktivnosti koje sportski turizam uvažava, njegova se uloga i značaj na globalnom turističkom tržištu ne smanjuje. S druge strane, porast potražnje za pojedinim oblicima sportskog turizma odražava način života u razvijenim zemljama i potrebu za aktivnim boravkom u prirodi, potrebu za unapređenjem tjelesnog ili mentalnog zdravlja ili samo promjenom svakodnevnog ponašanja, većinom obilježenog sjedilačkim načinom života.

Pri razvoju proizvoda sportskog turizma za turističke je destinacije ključno, osim jasne vizije, shvatiti da je sportski turizam determiniran trima faktorima – ljudima, aktivnošću i prostorom (Weed i Bull, 2009). Upravo ta jedinstvena interakcija aktivnosti, ljudi i prostora omogućava unikatno iskustvo za svakog sportskog turista. I sport i turizam vežu se uz aktivnosti čovjeka, no jedinstvenost destinacije multiplicira doživljaj bavljenja odabranom sportskom aktivnošću i turističke destinacije u kontekstu odabranog sporta. Sportski turizam stoga čine određena sportska aktivnost, sportski turisti i odabrana turistička destinacija u jedinstvenoj interakciji u danom trenutku. Drugim riječima, osim na motivima potražnje sportskog turizma (bavljenje aktivnošću na odmoru), uspjeh ponude sportskog turizma zasniva se i na komparativnim prednostima destinacije (prirodni okoliš, izgrađeni sadržaji, prometni sustav destinacije, usluge i prihvatni kapacitet).

Mnogo je pristupa klasifikaciji sportskih turista zbog različitih razina aktivnog i pasivnog sudjelovanja u sportu vezanom uz turističku aktivnost. Vrlo često analiza potražnje je polarizirana, iz čega proizlazi tipologija sportskih turista: aktivni – pasivni turisti, samostalna realizacija aktivnosti – organizirano bavljenje aktivnošću na odmoru, orijentacija na jedan sport – orijentacija na više sportova itd. Nekim turistima je važno bavljenje fizičkom aktivnošću općenito, te ponuda sportskih aktivnosti u destinaciji mora biti raznolika. Mnogo zahtjevniji segment su turisti orijentirani na jedan specifični sport, za koje turistički proizvod mora biti zasnovan na ciljanom pristupu tržištu, odgovarajućeg sadržaja i kvalitete. Uloga sporta u odluci o izboru destinacije varira od dominantne (sport je glavni motiv putovanja), preko utjecajne (ponuda sporta utječe na odluku, nije primarni motiv) do zanemarive u odnosu na turistički aspekt.

Ponudu za sportskoga turista, čija je odluka o dolasku u destinaciju motivirana prvenstveno mogućnošću bavljenja specifičnim sportom valja prilagoditi primarno sljedećim trima oblicima potražnje sportskoga turizma (prilagođeno prema Weed i Bull, 2009):

- participativni sportski turizam: aktivna participacija u sportu tijekom odmora, koja je dio planiranja i donošenja odluke (ne uključuje sudionike događaja i turiste koji putuju zbog treninga ili unapređenja vlastitih sposobnosti). Participacija može uključivati jedan ili više sportova tijekom određenog putovanja.
- trening sportski turizam: poduzimanje turističkih putovanja sa svrhom sportskih treninga, škola, instrukcija i drugih oblika unapređenja vještina i sposobnosti bavljenja određenim sportom (škola skijanja, treniranje s poznatim trenerima i sl.).
- sportski turizam događaja uključuje sve skupine sudionika u događajima, primarno natjecatelje i gledatelje, a osim događaja koji su dio organiziranog sustava natjecanja, postoje sportski događaji koji su komercijalizirani u smislu imena i vlasništva.

Neovisno o načinu klasificiranja sportskih turista, menadžment turističke destinacije treba uvažiti sve postojeće i potencijalne skupine potražnje proizvodom sportskog turizma i zadovoljiti njihove motive, očekivanja i iskustva. Ponuda mora evoluirati zajedno s promjenama unutar pojedinog sporta kako bi rezultirala odanošću turista destinaciji, koja u pojedinim oblicima sportskog turizma nije velika.

Istraživanje *Tomas Ljeto 2017* Instituta za turizam ukazuje na smanjenje udjela dolazaka turista u Hrvatsku motiviranih pasivnim odmorom (2014. – 2017.). Sport i rekreacija motiv su dolaska petine (20%) ukupnog broja hrvatskih turista, s rastućom tendencijom u posljednjih nekoliko godina. Jednako tako, zabilježen je i porast drugih motiva, koji se dovode u vezu s aktivnim odmorom

(Stavovi i potrošnja turista u 2017, 2018.). Pješaćenje, biciklizam, trčanje, te pustolovni sportovi, planinarenje i jahanje neke su od istaknutih aktivnosti kojima se posjetitelji Hrvatske bave u destinaciji tijekom odmora. Ipak, turisti su izrazili nisku do srednju razinu zadovoljstva bogatstvom sportskih sadržaja i kvalitetom biciklističke i pješačke infrastrukture. Sve navedeno može poslužiti kao putokaz turističkim destinacijama usmjerenim na privlačenje potražnje sportskog turizma. Prirodne specifičnosti Buzeštine komparativna su prednost u smislu destinacije outdoor sportskog turizma. Raznolikost terena te klimatska obilježja omogućavaju bavljenje različitim sportskim aktivnostima većim dijelom godine. Strategija razvoja Buzeta prepoznaje razvoj sportskog turizma kao priliku za razvoj turističkog proizvoda destinacije konkurentnog u odnosu na ponudu outdoor sportova susjednih zemalja (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016-2020).

Osnovu ponude za turiste specifičnih sportskih interesa valja vezati uz kvalitetu pojedinih proizvoda sportskog turizma grada Buzeta. Prije svega, to su brdski biciklizam, auto-moto sport, *trail* trčanje, penjanje (*free climbing*), parajedriličarstvo (*paragliding*), te pješaćenje/planinarenje. Outdoor ponuda Buzeštine prepoznaje još nekoliko aktivnosti, a to su jahanje, trekking, speleologija, lov i ribolov. Enduro motociklizam prisutan je malom obimu, dok je auto sport prepoznatljiviji segment ponude na osnovi događaja koji se redovito organizira.

Na području Grada postoji fizička osnova za bavljenje navedenim aktivnostima (biciklističke i pješačke staze, penjački smjerovi, planinarski putovi, uzletišta za *paragliding*). Ista zahtjeva kontinuirano održavanje i unapređivanje u skladu sa specifičnim potrebama pojedine niše potražnje. Jednako ključno kao održavanje infrastrukture sportskog turizma je i dostupnost informacija ciljanom tržištu prilikom boravka u regiji, ali i prije dolaska u destinaciju.

Trenutno, infrastruktura za bavljenje sportskim aktivnostima u Buzeštini uključuje ponudu prikazanu tablicom 18 u nastavku.

Tablica 18. Popis infrastrukture namijenjene sportskom turizmu u gradu Buzetu

OUTDOOR/SPORTSKA AKTIVNOST/INFRASTRUKTURA		
	Bužeština	Istra ukupno
BICIKLIZAM:	15 biciklističkih staza, koje su dio regionalne mreže biciklističke infrastrukture (501-515) – 2 MTB “službene”, 8 MTB “avanturističkih”, 1 cestovna “službena”, 2 cestovne “avanturističke” 3 staze za cestovni biciklizam (502, 506, 511) 3 djelomično označene staze za MTB (509, 514, 515)	147 biciklističkih staza regionalne mreže (001-699) 44 staze cestovnog biciklizma (24 “službene”, 20 “avanturističkih”) 76 MTB (55 “službene”, 21 “avanturistička”)
TRAIL:	70 km staza sa stalnom signalizacijom*	72 staze
PENJANJE:	12 lokacija / 600-tinjak smjerova (10-Buzetski kanjon, 11-Kamena Vrata, 12-Kompanj, 13-Pandora-Sopot, 14-Nugla, 15-Raspadalica, 17-Čiritež, 18-Hum, 19-Brgad (HC), 20-Krkuž, 21-RocknRoč, 22-Sunset Rock) 1 umjetna stijena (boulder)	25 penjališta (3 samo geografski u Istri) 4 umjetne stijene (bouldera)
PARAGLIDING:	6 poletišta: Raspadalica, Zavoј, Sveti Donat, Veli Mlun, Žbevnica, Tičarija	7 poletišta
PJEŠAČENJE/ PLANINARENJE:	6 staza: 301 Minjera, 302 Put Biske, 303 Črnica, 304 Raspadalica, 305 Mirna, 306 Staza 7 slapova dio IPP-a (1. dionica)	22 planinarske *72 staze (trail-a)

* ne postoji službeni info materijal

** pješačke površine namijenjene i za trail (trčanje) i za pješačenje su zajedno navedene u info regionalnim materijalima

Izvor: Istra outdoor ([http://www.istria-](http://www.istria-outdoor.com/site_media/media/uploads/multimedia/attachments/Istra_outdoor_brosura_2019.pdf)

[outdoor.com/site_media/media/uploads/multimedia/attachments/Istra_outdoor_brosura_2019.pdf](http://www.istria-outdoor.com/site_media/media/uploads/multimedia/attachments/Istra_outdoor_brosura_2019.pdf) (11.6.2019.);

Cestovna biciklistička karta (<http://www.istria-bike.com/hr/multimedija/brosure>, 22.6.2019.), Istra Bike: Središnja Istra

Sjever (<http://www.istria-bike.com/hr/multimedija/brosure>, 22.6.2019.); Turistička zajednica Istre - Istra.hr

(<https://www.istra.hr/hr/dozivljaji/sport-i-outdoor/paragliding/1520> (24.6.2019.); Istra trails (<http://www.istria-trails.com/hr/staze/trail-staze?&filterRegion=6&difficulty=&search=Search>, 22.6.2019.)

Sumarno gledano, na području Bužeštine je ukupno 15 biciklističkih staza za cestovni i brdski biciklizam, koje su dio regionalne mreže biciklističke infrastrukture. Kako je vidljivo iz tablice, mali je broj staza označen. Jednako tako, u različitim su izvorima informacija za turiste navedeni ponekad različiti podaci (vidljivo iz tablice). Pješačkih putova, odnosno planinarskih staza je ukupno desetak u području, različite duljine i zahtjevnosti. Za slobodno penjanje, na području Grada Buzeta identificirano je 12 lokacija s mnoštvom penjačkih smjerova različite zahtjevnosti (otprilike 600), dostupnih penjačima kroz većinu godine. Parajedriličarstvo se na bužetskom području bazira na šest poletišta.

Bavljenje sportskim aktivnostima na području grada Buzeta je osim outdoor (prirodne i izgrađene) infrastrukture vezano uz raspoloživost ostalih objekata infrastrukture. Manjak kapaciteta za bavljenje dvoranskim sportovima evidentan je iz opterećenja sportske dvorane u sastavu osnovne škole Vazmoslav Gržalja. Osim dvoranskih kapaciteta, bavljenje sportom omogućavaju i nogometni stadion s atletskim borilištem, igralište na Mostu te staro rukometno igralište u blizini Srednje škole Buzet, boćarska dvorana Kozari kao i boulder u dvorani u Roču. Ipak, ponuda outdoor sportskog turizma ranije identificiranih tipova (brdski biciklizam, trail, penjanje, parajedriličarstvo, pješačenje/planinarenje) u osnovi ne implicira infrastrukturu ovog tipa, te je primarno namijenjena lokalnom stanovništvu. Ipak, kapaciteti u zatvorenom mogu imati ulogu pratećih sadržaja za realizaciju outdoor sportova, odnosno alternativne lokacije (dijela) sportskih događanja.

Obzirom na postojanje prirodnih preduvjeta za razvoj navedenih sportova kao i inicijativa za njihov razvoj, outdoor sportovi su značajni turistički potencijal Buzeta. Postojećom resursnom osnovom moguće je obuhvatiti širok spektar potencijalne sportske turističke potražnje prema dobi, fazi života, razini involviranosti u sport i drugim pokazateljima. U prilog orijentaciji Buzeta na navedene oblike sportskog outdoor turizma ide i regionalna pripadnost Istri, u kojoj se na razini regionalne razvojne turističke agencije već godinama promiču outdoor sportovi poput biciklizma, trail trčanja i penjanja pod brandom *Istra Outdoor* (podbrandovi *Istra bike*, *Istra trails*, *Istra climbing*).

Većina spomenutih aktivnosti outdoor sportskog proizvoda Buzeta bazira se na očuvanom prirodnom području i okruženju. Postojeća ponuda auto sporta ne smatra se prijetnjom u tom smislu, budući je većinom fokusirana oko sportskih događaja, koji se realiziraju postojećom cestovnom infrastrukturom. Također, enduro motociklizam ne mora biti u koliziji s ostalim identificiranim segmentima outdoor ponude na području Buzeta, ukoliko se njegov razvoj pažljivo planira. Realizacijom endura na točno određenim lokacijama (u kontroliranim uvjetima) ovaj je vid outdoor ponude moguće uklopiti u ukupni outdoor turistički proizvod Buzeta.

Osim orijentacije destinacijskog menadžmenta i lokalnih vlasti na outdoor sportski turizam, ključni dionici stvaranja cjelovite ponude su stanovnici Bužeštine. Strategija razvoja Buzeta između ostalog predviđa i osvješćivanje stanovništva o zdravom načinu života kroz volonterizam u sportskim događajima (Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016-2020). Također, sportski klubovi i udruženja na području Buzeta potencijalni su partner destinacijskog menadžmenta u potpori razvoju sportskog turističkog proizvoda Buzeta – sukladno svojim specifičnim znanjima, vještinama i kompetencijama u pojedinom sportu. Osim klubova, na području Bužeštine locirani su i specijalizirani ponuđači usluga sporta, odnosno organizatori međunarodnih sportskih natjecanja, čije iskustvo valja upotrijebiti kroz dvosmjerni integrativni odnos: razvoj sportskog turizma – razvoj turističke destinacije – razvoj sportskih događaja – dobrobiti za zajednicu. Popis redovitih sportskih događaja u gradu Buzetu prikazan je tablicom u nastavku. U tablici se ne nalaze događaji čiji je utjecaj na turizam destinacije minoran, unatoč tome što su redovite. Tako se na primjer u 2019. godini po 15. put održala Rekreativna biciklijada „Subotina“.

Tablica 19. Popis redovitih sportskih događaja u Buzetu, značajnih u kontekstu turizma, koje su se održale u 2019. godini

Sportski događaji u Buzetu 2019.
Trail utrka <i>100 milja Istre – Green course</i> (66,7 km) start iz Buzeta (različite lokacije u novom dijelu grada) – utrka svjetske serije trail runninga (Ultra trail world tour – UTWT), apelira na globalnu publiku, ukupno otprilike 2000 sudionika na 7. izdanju u 2019. (na startu u Buzetu samo ¼ domaćih sudionika); dodana vrijednost: označavanje trailova u području prepoznatljivom signalizacijom (<i>100miles of Istria</i>), partnerstva s drugim dionicima u području pod imenom <i>100miles friendly</i>
Pustolovna utrka <i>Lov na tartuf</i> 10. utrka 2019. ; jedinstveni koncept vezan uz tradiciju područja (mini pustolovna utrka u kojoj dvočlani timovi kroz orijentaciju, trčanje i vožnju brdskog bicikla pronalaze put do skrivenog tartufa u svojevrsnom lovu na blago; natjecatelji do starta ne znaju ni trajanje ni dužinu utrke, niti što će tražiti, a kretanje između kontrolnih točaka omogućava točno rješenje mozgalica, koje k tome napisane glagoljicom)
Brdska auto utrka <i>Buzetski dani</i> međunarodni značaj: 38. izdanje utrke u 2019. je i Europsko prvenstvo brdskih auto utrka; međunarodni sudionici utrke i tisuće posjetitelja
Wild Boar Valley Challenge (WBVC) organizira Off road klub “Kamo oko vidi” iz Buzeta. Jedna je od najtežih off road utrka, kako po konfiguraciji terena tako i po dužini trajanja. U 2019. događaj se održao u periodu od 21.-26. listopada 2019. U 6 dana trajanja sudionici Wild Boar Valley Challenge 2019. suočeni su s nekoliko etapa. Ovim događajem u posljednjih je četiri godine predstavljena tradicija off road-a duga dvadesetak godina.

Sportski događaji uvelike određuju prepoznatljivost grada Buzeta i ostalih područja Bužeštine. Utrke visokog ranga natjecanja održane u posljednjih desetak godina u sportovima poput brdskog biciklizma, paraglidinga, traila i trekkinga, pa i endura i automobilizma (utrke Kupa Hrvatske u brdskom biciklizmu, natjecanja svjetskog kupa u paraglidingu, svjetski značajna trail utrka *100 milja Istre* ili automobilistički događaj *Buzetski dani*) dio su identiteta ovog područja. Iako su svi prethodno navedeni sportovi, odnosno sportske aktivnosti, značajni za sportski turistički proizvod Buzeta u cjelini, postoje razlike u stupnju razvijenosti što je uvjetovano različitim okolnostima (postojanje infrastrukture, stanje infrastrukture, dostupnost informacija turistima, događaji u području kojima se pojedini segment popularizira, i dr.). Razvojni potencijal pojedine sportske aktivnosti je u skladu razlikama u utvrđenom stanju ponude nemoguće je očekivati da sve predložene aktivnosti imaju jednaki razvojni potencijal u Buzetu. Neki oblici sportske outdoor ponude

kontekstu raspoloživog potencijala za nadogradnju i unapređenje outdoor ponude Buzeta prikazan tablicom koja slijedi.

Tablica 20. Vrste resursa sportskog (outdoor) turizma, njihov značaj i atraktivnost

Naziv resursa	Značaj resursa	Atraktivnost resursa u 2019.
Biciklizam	međunarodni	*
Trail	međunarodni	*
Pješačenje/ planinarenje	nacionalni	*
Penjanje	međunarodni	**
Paragliding	međunarodni	**
Enduro	nacionalni	*
Auto sport	međunarodni	**

Legenda: Značaj resursa može biti lokalni, nacionalni ili međunarodni. Atraktivnost resursa može biti označena s 1 do maksimalno 3 zvjezdice

ograničeni su infrastrukturom i ne mogu posjetiteljima destinacije ponuditi mnogo više od prepoznatljivih događaja (kao što je slučaj s brdskim auto sportom), stoga je i njihov razvojni potencijal niži. Enduro je potencijalno zanimljiv oblik turističke ponude, no njegovim je razvojem potrebno pažljivije upravljati zbog potencijalne kolizije s drugim korisnicima prirodnih i javnih površina, kao što su to biciklisti i trkači, ili pješaci-planinari – ukoliko se aktivnost realizira izvan decidiranih zona.

Druge su aktivnosti (poput penjanja i paraglidinga) već na određenom stupnju razvoja te je njihovu ponudu sada potrebno profilirati, za razliku od daljnjeg omasovljenja. Brdski biciklizam i trail trčanje se zbog postojećih preduvjeta u području, ali i zbog izuzetno velikog prostora za unapređenje ponude ubrajaju u aktivnosti najvećeg razvojnog potencijala, no njihova je atraktivnost trenutno vrlo ograničena. Ipak, valja naglasiti kako je cilj ponude outdoor sportskog turističkog proizvoda Buzeta apelirati na različite niše sportske turističke potražnje. Sukladno tome, razvoj svih je navedenih sportskih aktivnosti u budućem periodu potrebno uskladiti i povezati u outdoor proizvod Buzeta, koji će se promišljati na razini destinacije.

2.4.4. Kulturni turizam

Kulturni turizam je specifični oblik turizma motiviran i usmjeren kulturno-povijesnim atrakcijama i kulturnim događajima koje područje turističke destinacije posjeduje ili organizira. Samo posjedovanje vrijednih kulturnih resursa istovremeno ne znači da je kulturni turizam destinacije razvijen odnosno da stupanj njegova razvoja postigao najvišu razinu mogućeg turističkog razvoja. U Hrvatskoj se posljednjih petnaestak godina daje sve više značaja razvoju ovog specifičnog oblika turizma. Temelji za razvoj takvih projektnih i programskih rješenja nalaze se u prvom dokumentu Ministarstva turizma iz 2003. godine pod nazivom Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“ (Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“). Drugi dokument koji govori o važnosti kulturnog turizma je Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. (NN55/2013). U njoj se navodi kulturni turizam, među drugim specifičnim oblicima turizma, kao posebnu važnu grupu proizvoda koja ima temelje u kvalitetnoj resursnoj atrakcijskoj osnovi i globalnim trendovima na turističkom tržištu. Suvremeni turisti su zainteresirani za kulturno-povijesne vrijednosti koja destinacija posjeduje, žele doživjeti tradiciju, željni su stjecanja novih znanja koje mu destinacija može pružiti. Kulturni turizam je u Strategiji turizma do 2020. godine prepoznat u sljedećim podoblicima: gradski turizam, turizam baštine, događajni, kreativni turizam i vjerski turizam. Nadalje u daljnjem kontekstu razvoja 2015. godine Ministarstvo turizma je donijelo je Akcijski plan razvoja kulturnog turizma.

Na području Buzeta mogu se determinirati kao specifični oblici turizma sljedeće vrste: turizam baštine, kreativni turizam i turizam događaja. Turizam događaja je turizam koji je primarno motiviran prisustvom nekom događaju u kulturi, ali i umjetnosti, a koja nisu nužno vezana uz povijest već mogu biti i suvremenog karaktera. Kreativni turizam je oblik turizma u kojem turist aktivno sudjeluje u različitim kreativnim aktivnostima koje su organiziraju u turističkim destinacijama, a one se mogu odnositi na tradicijske vrijednosti destinacije (npr. škola glagoljice, folklor i sl.), ali i suvremenu umjetničku produkciju (npr. likovne kolonije, foto radionice i sl.). Kreativni turizam umjesto statičnosti kulturne ponude destinacije daje novu dimenziju koja će zadovoljiti potrebe modernog putnika za kreativnim stvaralaštvom, boravkom u destinaciji i

sudjelovanjem u različitim radionicama, obrazovnim programima i različitim kreativnim aktivnostima.

Turizam baštine predstavlja specifični oblik turizma koji je primarno motiviran upoznavanjem i stjecanjem novih znanja o kulturnoj baštini, a koji se odnosi na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti koji su vezani uz povijesni kontinuitet života ljudi na nekom području.

U razvoju turističkog proizvoda kulturnog turizma temeljenog na baštini osobito je važna lokalna zajednica i njena integracija u samu održivost programskih rješenja uključivanja kulturnih vrijednosti područja u destinacijski turistički proizvod. U takvim promišljanjima važna je uloga destinacijskog menadžmenta u planiranju razvoja kulturnog turizma na načelima održivosti, ali i integriranost svih dionika zainteresiranih za razvoj ovog specifičnog oblika turizma: institucija u kulturi, udruga, samostalnih umjetnika, Grada Buzeta, Turističke zajednice, poduzetnika, itd. s posebnim naglaskom na lokalno stanovništvo. Uslijed takvog promišljanja u budućnosti nužne su i edukacije kako bi lokalna zajednica bila upoznata s kulturnim vrijednostima koje posjeduje turistička destinacija i to kako onih materijalnih tako i onih nematerijalnih. Time bi se onemogućila njezino neadekvatno korištenje u turističkoj ponudi.

U sagledavanju kulturnog turizma važna je činjenica koliko je kultura jak motiv za dolazak u destinaciju. Prema mnogim autorima najmanji postotak putovanja je onih gdje su kultura i umjetnost primarni motiv putovanja odnosno dolaska u neku turističku destinaciju dok je velik broj onih gdje su kultura i umjetnost integrirane s mnogim drugim motivima putovanja u određenu turističku destinaciju.

Danas kulturni turizam Buzeta čini spoj specifičnog područja bogatog povijesnim elementima u sinergiji s drugim primarnim motivima dolaska u destinaciju (npr. gastronomija, poslovne obaveze, outdoor ponuda, događaji i sl.). Karakteristike pojedinih kulturnih resursa te njihovi potencijali u razvoju kulturnog turizma destinacije obrađeni su detaljno u poglavlju 2.3.

Vrijedni kulturni resursi osobito glagoljska baština su prezentirani kao ponuda usmjerena turistima, ali nedovoljno da bi postali i jak primarni motiv dolaska u destinaciju (npr. Aleja glagoljaša Roč-Hum, Roč – kao centar glagoljaštva, stara povijesna cjelina grada Buzeta, stara povijesna cjelina Roča, itd.). Danas su kulturni resursi grada Buzeta primarni motiv dolaska u destinaciju znanstvenicima, stručnim krugovima, studentima, učenicima itd. koji se bave određenim područjima istraživanja ili učenja. Osobito su takvi boravci u destinaciji vezani uz staroslavensko pismo - glagoljicu. Njima se putem razvoja kreativnog turizma daju nova znanja o glagoljici i njenoj ulozi na području Buzeštine, a kao dobar primjer u tom smjeru su primjeri organizacije škole Mala glagoljska akademija, freskoslikarska radionica te demonstracije rada replike Gutenbergove glagoljske tiskarske preše koje se organiziraju u Roču.

Aleja glagoljaša je značajno spomen obilježje i jedinstveno na svjetskoj razini koje nije dovoljno uključeno u turističku ponudu ne samo bužetskog područja već i područja Istre i cijele Republike Hrvatske. Sinergija prostora i kamenih spomenika koja vodi od Roča do najmanjeg grada na svijetu Huma motiv je koji ne smije biti samo za djecu i studente već za mnoge suvremene turiste koji se željni upoznavanja tradicije i povijesti destinacija u kojima borave. Nužna je bolja i sadržajnija promocija putem različitih promocijskih alata te povezivanje s turističkim središtima duž istarske obale, ali i šire. Planiranom budućom izgradnjom Muzeja glagoljice na početku Aleje glagoljaša dobio bi se inovativni element prezentacije glagoljice kao staroslavenskog pisma, a time bi se dodatno potaknuo razvoj kulturnog i kreativnog turizma.

Tablica 21. Vrste resursa, njihov značaj i atraktivnost

Naziv resursa	Značaj resursa u 2019.	Atraktivnost resursa u 2019.
Stari grad Buzet (uključujući sve pojedinačne objekte unutar gradske cjeline)	Međunarodni	*
Roč – centar glagoljice	Međunarodni	**
Hum – najmanji grad na svijetu i grad biske	Međunarodni	**
Aleja glagoljaša Roč - Hum	Međunarodni	**
Kotli	Lokalni	*
Vrh	Lokalni	*
Sovinjak	Lokalni	*
Zavičajni muzej grada Buzeta	Nacionalni	*
Kaštel Petrapolisa	Nacionalni	(u tijeku uređenje)
Industrijska baština – Istarska pivovara	Nacionalni	(samo posjeti prema dogovoru)
Minjera – prvi rudnik boksita	Nacionalni	(nije turistička atrakcija)

Legenda: Atraktivnost resursa može biti označena s 1 do maksimalno 3 zvjezdice

Važni događaji koji potiču dolazak kulturom motiviranih turista su „Subotina po starinski“ koja je stari tradicijski događaj koja se održava u starom gradu Buzetu. Događaj je to koji posjetitelje vraća u povijesni razvoj Buzeštine. Zatim „Z armoniku v Roč“ koja se održava u Roču te kao specifičan događaj svirača dijatonskih harmonika predstavlja izniman događaj. Značajno događanje je i Buzetski karneval koji zbog blizine Rijeke i održavanja karnevalske povorke isti dan (nedjelju prije završetka maškaranog razdoblja) ne dolazi do punog izražaja te interesa posjetitelja drugih dijelova istarskog područja koji njeguju karnevalske običaje.

Uz inoviranje postojeće kulturne ponude (osobito one usmjerene glagoljici, ali i događajima) te stvaranja nove ponude, potencijal za snažniji razvoj kulturnog turizma prepoznaje se u resursnoj osnovi kao što je stara jezgra grada Buzeta s različitim kulturno-povijesnim spomenicima, skorašnjem dovršetku uređenja kaštela Petrapilosa, industrijskoj baštini Buzeštine (rudnici, pivovara), gradiću Roč, najmanjem gradu na svijetu Humu, ali i u sinergijskom djelovanju svih dionika uključenih u razvoj kulturnog turizma destinacije Buzet. Bez zajedničkog djelovanja svih uključenih u razvoj kulturnog turizma neće biti moguće ostvariti željenu kulturnu ponudu, ali i postići prepoznatljivost destinacije na suvremenom turističkom tržištu. Osim toga, potrebno je inovirati postojeću ponudu usmjerenu kulturom motiviranim turistima, prilagoditi kulturne resurse potrebama i zahtjevima suvremenog turističkog tržišta, sadržajno proširiti i unaprijediti, kvalitetno interpretirati, educirati te kontinuirano raditi na marketinškim strategijama kako bi se postigli željeni rezultati razvoja ovog specifičnog oblika turizma.

2.4.5 Događaji važni za razvoj turizma grada Buzeta

U suvremenim turističkim kretanjima i na turističkom tržištu različiti događaji predstavljaju određenu destinaciju tj. čine dio njenog integralnog turističkog proizvoda. Dionici destinacije (npr. poduzetnici, turističke zajednice, općine, gradovi, udruge, itd.) nude lokalnom stanovništvu, posjetiteljima i turistima najrazličitije događaje i to od onih kojima žele lokalnu zajednicu upoznati

sa svojim radom pa sve do onih najvećih događaja koje se organiziraju godinama unaprijed i tematski obilježe destinaciju na svjetskoj razini.

Turistima događaji mogu predstavljati neki usputni tj. dodatni sadržaj kojem će prisustvovati tijekom svog boravka u destinaciji (npr. koncert lokalnih zborova, izložba lokalnih umjetnika, različita tradicijska događanja, itd.) ili mogu upravo oni biti primarni motiv dolaska u određenu destinaciju u vrijeme održavanja samog događaja. Dobro osmišljeni i organizirani događaji mogu imati značajnu ulogu u stvaranju imidža destinacije, pozitivno utječu na valorizaciju nematerijalnog i materijalnog nasljeđa, a razvoj hallmark događaja (npr. Oktoberfest u Munchenu) utječe na kreiranje teme turističke destinacije (Vrtiprah, Sentić, 2018).

Događaji predstavljaju turističku destinaciju, daju pečat njenoj turističkoj ponudi, a dodatnu vrijednost predstavljaju događanja koja podupire lokalna zajednica i na taj način doprinose očuvanju tradicijskih vrijednosti. Na svjetskom turističkom tržištu mnoge destinacije kombiniraju događaje s drugim turističkim resursima i atrakcijama koje posjeduju na svom prostoru (npr. prirodna i kulturna baština, gastronomija, enologija, itd.) što doprinosi stvaranju prepoznatljive i konkurentne destinacije. U cilju stvaranja takvih događaja važna je suradnja svih dionika uključenih kako u organizaciju događaja tako i u turističku ponudu.

Buzet i Bužeština na svojim prostorima organizira cijeli niz događaja (npr. kulturne, sportske, zabavne, rekreacijske, obrazovne, itd.) koji daju obilježja prostoru. Sva ta događanja nisu prvenstveno usmjerena turistima i posjetiteljima koji nemaju boravak na prostoru grada već ona čine značajan element kvalitete života lokalnog stanovništva i temelj su za očuvanje tradicije i vrijednosti koje raznoliki prostor Bužeštine sadrži. Brojnost događanja, ali i organizatora uključenih u njihovo održavanje te volja i želja lokalne zajednice za prenošenjem tradicijskih vrijednosti ostavlja dodatnog prostora i mogućnost za unapređenje istih. U analizi i evaluaciji su prikazani svi značajniji događaji na području Buzeta i Bužeštine s tim da su posebno istaknuti prijedlozi za njihova moguća unaprjeđenja i to osobito prema integriranoj turističkoj ponudi. Događanja Bužeštine trebala bi postati dio integralnog turističkog proizvoda destinacije i to zajedničkim djelovanjem svih dionika uključenih u organizaciju pojedinog događaja te uz organizacijska poboljšanja uz dodatne komunikacijske (marketinške) aktivnosti.

Tablica 22. Analiza postojećih događaja

Naziv događaja	Subotina i Subotina po starinski
Organizator/i	TZ Buzet, Grad Buzet, Pučko otvoreno učilište Augustin Vivoda, Park d.o.o., Mjesni odbor stari grad
Vrijeme i mjesto održavanja	Prva subota i nedjelja u rujnu mjesecu svake godine, Buzet
Vrsta događaja	Kulturni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Međunarodni značaj
Opis događaja	Kulturni događaj prikazuje život Buzeta i Bužeštine na prijelazu iz 19.-tog u 20.-to stoljeće. Trgovi i ulice starogradske jezgre grada Buzeta pretvaraju se u pozornicu prošlih vremena. U subotu (Subotina) se priprema divovska fritada s tartufima (fritoda) i organizira koncert (zabavni program). U nedjelju (Subotina po starinski) u podne događaj započinje kampelanjem i svaki sat se organiziraju druga

	<p>događanja (prezentacija starih obrta i zanata, mađioničari, izlagači poljoprivrednih proizvoda, svirači, ulični zabavljači, teatri, dječji zabavni kutak...). Otvorena su i mjesta interpretacije zanata: stara pekara, kovačija, češljara... Sudionici događaja su kostimirani u izvornu narodnu nošnju, pučku i gradsku odjeću karakterističnu za prijelaz iz 19. u 20.-to stoljeće. Na ulicama starog grada mogu se čuti zvukovi tradicionalne istarske glazbe. Ugostitelji i drugi ponuđači svoju ponudu izlažu na štandovima. Ulaznica za nedjelju u pretprodaji košta 10 kuna, a na sam dan događaja 30 kuna. Za djecu je ulaz besplatan. Subotinu posjećuje od 8.000-10.000 posjetitelja.</p> <p>U okviru ove događaja organizira se i biciklistička utrka.</p>
Nedostatci događaja	<p>Klimatski uvjeti – u slučaju nepovoljnog vremena događaj se otkazuje</p> <p>Nedostatak alternativnog prostora ili termina u slučaju nepovoljnog vremena</p> <p>Dešavanje u subotu nedovoljno programski osmišljeno</p> <p>Glavni događaj je koncentriran u nedjeljno poslijepodne</p>
Prijedlozi za unapređenje	<p>Premještanje Subotine po starinski koja se održava u nedjelju u isti termin u subotu, a nedjeljno prijedpodne započeti s edukacijama u okviru kreativnih radionica starih zanata</p> <p>Uključivanje i drugih mjesta grada Buzeta (Huma, Roča) u organizaciju određenih manjih događanja tijekom nedjelje kako bi se upotpunilo događanje – geografska distribucija događaja</p>
Ostalo	<p>Eco friendly događaj – mogućnost jačanja pozitivnog imidža</p> <p>Britanski časopis The Guardian 2018. godine uvrstio je događaj među 20 najboljih tradicionalnih festivala u Europi – važan element za daljnje pozicioniranje i komunikaciju prema ciljanim tržištima</p>

Naziv događaja	Europsko prvenstvo brdskih auto utrka „Buzetski dani“
Organizator/i	Auto moto klub Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Rujan mjesec svake godine, Buzet
Vrsta događaja	Sportski događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Međunarodni značaj
Opis događaja	<p>Među najjačim događajima Buzeta i Buzeštine, što dokazuje i broj posjetitelja koji se penje i do 8000 ljudi. Prva utrka je organizirana 1982. godine na stazi dugačkoj 4.209 m. Tada se skupilo 105 vozača. Danas, 37 godina poslije staza je duga 5.001 m, a natječe se oko 230 vozača. Od 2019. godine ova događaj ima karakter velikih sportskih događaja u Republici Hrvatskoj.</p> <p>Osim same brdske utrke organizira se i mnoštvo aktivnosti poput: elemenata sigurnosti - radionice za djecu iz osnovnih i srednjih škola gdje im se predstavljaju poslovi koje obavljaju vatrogasci, policajci, hitna pomoć.</p> <p>U organizaciju cjelokupne događaja uključeno je 250-300 volontera, a rukovodstvo čini 5 ljudi. Događaj traje 3 dana.</p>
Nedostatci događaja	<p>Proširenje ponude koja nije vezana uz utrke (drugi dionici destinacije).</p> <p>Nedovoljno „iskorištavanje“ ovog događaja u druge svrhe (npr. promocijske itd.)</p>

	Sve veći broj natjecatelja iz godine u godinu i javljaju se problemi kao što su: nedovoljni smještajni kapaciteti, parking prostor, i sl. Nepostojanje višenamjenske dvorane
Prijedlozi za unapređenje	Širenje komunikacijskih aktivnosti na područje cijele Republike Hrvatske osobito na susjedne županije Širenje cjelokupne turističke ponude koja će se vezivati uz ovaj događaj i na taj način osiguranje „dodane vrijednosti“ – smještajna ponuda, gastro ponuda... Brendiranje događaja Izgradnja multifunkcionalne dvorane u kojoj će se moći organizirati razna popratna događaja vezana uz samu utrku Uređenje bina za gledatelje na atraktivnim lokacijama
Ostalo	Na temeljima ovog događaja organizira se slični događaj u lipnju koja se zove Formula driver.

Naziv događaja	100 milja Istre
Organizator/i	Sport box d.o.o., SRK Alba, gradovi Umag, Labin, Buzet, Pazin, Buje, općine: Kršan, Mošćenička Draga, Lovran, Lupoglav, Lanišće, Motovun, Oprtalj, Grožnjan, TZ Istre, TZ Kvarnera
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec travanj, svake godine
Vrsta događaja	Sportski događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Međunarodni značaj
Opis događaja	100 milja Istre je najveća hrvatska trail utrka. Dio je najprestižnije svjetske serije trail trčanja <i>Ultra Trail World Tour</i> , te najjača trail utrka u CEE regiji. Prvi puta se organizira 2013. godine kada je bilo prijavljeno 237 natjecatelja, za razliku od posljednjih godina kada se te brojke kreću oko 2000 i privlači globalne sudionike, te njihovu pratnju. Trkačima je na raspolaganju nekoliko dužina utrka, jedna od kojih ima start u Buzetu. Ovisno o utrci koju natjecatelji završe, omogućeno je stjecanje kvalifikacijskih bodova za UTMB (Ultra Trail du Mont Blanc). Sastoji se od šest utrka koje kreću iz različitih destinacija i traje tri dana.
Nedostatci događaja	Nedovoljna involviranost lokalne zajednice pri realizaciji utrke Nedostatak financijskih sredstava Nedovoljno održavana infrastruktura
Prijedlozi za unaprjeđenje	Unapređenje infrastrukture (tematiziranje putova, planinarski domovi, sadržaji na putovima...) Potrebno kontinuirano održavanje infrastrukture i organizacija popratnih sadržaja (gastro i smještajna ponuda) Prepoznavanje događaja kao događaja od velikog značaja Uvođenje projekta: 100 milja Friendly (okupljanje domaćih proizvođača autohtonih proizvoda, nositelja smještajne ponude) u cilju stvaranja sinergijskog učinka

Naziv događaja	Festival istarskih tartufa
Organizator/i	TZ Buzet, grad Buzet , SRK Alba, Komunalac d.o.o.
Vrijeme i mjesto održavanja	Prvi vikend u 11 mjesecu (subota i nedjelja), Mašimova škuja Buzet
Vrsta događaja	Gastro događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Međunarodni značaj
Opis događaja	Najznačajnija tartufarska smotra u Istri. Događaj se održava u šatoru koji je smješten ispod Starog grada Buzeta u Mašimovoj škulji i održava se dva dana. Na događaju se predstavlja 70-tak izlagača iz Istre i ostalih krajeva Republike Hrvatske, Slovenije i Italije. Događaj započinje pustolovnom utrkom „Lov na tartuf“, kombinacijom orijentacijskog trčanja, MTB-ova i lova na blago uz obvezno sudjelovanje psa (može biti i plišana igračka u obliku psa). U okviru ovog događaja održava se i revija psa u organizaciji Kinološke udruge Buzet. Osim toga, organizira se i predstavljanje buzetskih ugostitelja u okviru događaja pod nazivom „Buzet na pjatu“. Organiziraju se radionice izrade domaće tjestenine i škola kuhanja s profesionalnim kuharima. Uz Festival istarskih tartufa započinje i gastro događaj pod nazivom „Dani tartufa“ u kojoj buzetski ugostitelji nude bogate menije s tartufima po povoljnim cijenama.
Nedostatci događaja	Nedovoljne promotivne aktivnosti Nedovoljna prepoznatljivost događaja u okruženju
Prijedlozi za unapređenje	Promocija događaja na području cijele Hrvatske baš zbog prepoznatljivosti Buzeta kao grada tartufa

Naziv događaja	Z armoniku v Roč
Organizator/i	TZ grada Buzeta, ŽKUD „Renato Pernić“ Roč, Istarska županija, Grad Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Drugi vikend u svibnju (nedjelja) svake godine, Roč
Vrsta događaja	Kulturno-zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Međunarodni značaj
Opis događaja	Susret harmonikaša na dijatlonskim harmonikama (Trieštine) koji ima međunarodni karakter jer dolaze sudionici iz cijelog svijeta (Italija, Austrija, Slovenija, Rusija, Finska...). Održava se na ljetnoj pozornici u Roču, a u slučaju kiše u Domu kluture Roč. Događaj ima tradiciju od 30-tak godina (započela je 1988.godine), a cilj je događaja očuvanje dijatonske harmonike kao instrumenta i sviranja na njoj. Osim ovoga, u to vrijeme organizira se i turistička ponuda u smislu štandova s istarskim suvenirima te izložbeno-prodajni štand s glazbenim instrumentima. Trieštine se mogu kupovati, svirati ili slušati. Organiziraju se i radionice, prezentacije i predavanja na temu posebnosti istarskih narodnih glazbala kao i znanstveni skupovi o zaštiti tradicijskog muziciranja. Trenutno Udruga surađuje s osnovnom školom iz Roča i podučavaju sviranju dijatonske harmonike 30-tak djece.
Nedostatci događaja	Događaj je u prošlosti bilježio veliku posjećenost, no u novije doba gubi se interes publike

	<p>Promjene u smislu osuvremenjivanja događaja, ali s mogućim smanjenjem vrijednosti tradicionalnih elemenata</p> <p>Zainteresiranost za instrument veći u inozemstvu nego u Republici Hrvatskoj</p> <p>Proizvođači instrumenta uglavnom iz Italije i Slovenije</p> <p>Nedostatak financijskih sredstava u cilju ostvarivanja komunikacijskih aktivnosti</p>
Prijedlozi za unapređenje	<p>Poboljšana komunikacijska strategija – obraćanje ciljnom segmentu – povezivanje sa školama muzike i nastavnim institucijama</p> <p>Poboljšanje zabavne i ugostiteljske ponude u cilju „privlačenja“ većeg broja posjetitelja</p> <p>Organizirati i promovirati ostale događaje tradicijske glazbe zajednički npr. Muzika va maju na Bužeštini koja bi uključivala „Z armoniku v Roč“ u Roču, „Raspjevanu Bužeštinu“ u Buzetu i dodatne manje događaje kako bi se doprinijelo različitosti događanja</p> <p>Uključiti prezentaciju interkativne glagoljske baštine</p>
Ostalo	<p>Organizator se nalazi u okviru AMISAL udruge (udruga koja okuplja svirače harmonika) koji organiziraju svake godine svjetsko prvenstvo u sviranju dijatonske harmonike.</p>

Naziv događaja	Karneval
Organizator/i	TZ Buzeta, Grad Buzet i karnevalske grupe
Vrijeme i mjesto održavanja	Zadnja nedjelja karnevalskog razdoblja, Buzet i mjesta koja pripadaju Gradu Buzetu
Vrsta događaja	Zabavni i tradicijski događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Regionalni značaj
Opis događaja	<p>Karnevalska povorka posjećuje sela i mjesta Bužeštine poput: Sv. Martin, Sv. Ivan, Roč.... Svako selo pripremi dobrodošlicu u obliku stola sa hranom i pićem, a organizira se za sve karnevalske grupe okupljanje i povorka po Fontani (centar Buzeta). Posjetitelji i učesnici su uglavnom stanovnici Bužeštine no dolaze i grupe iz drugih krajeva istarskog poluotoka i Kvarnera. Ročke maškare su jedne od najstarijih karnevalskih grupa, a na području Bužeštine ima oko deset grupa. Mogućnost sudjelovanja različitih dobnih skupina.</p>
Nedostatci događaja	<p>Klimatski uvjeti koji utječu na brojnost učesnika karnevala i broja posjetitelja</p> <p>Nedovoljna uključenost ugostitelja</p> <p>Konkurencija u Riječkom karnevalu koji se održava u isto vrijeme (posljednja nedjelja karnevalskog razdoblja)</p> <p>Nedostatak večernjih zabavnih sadržaja</p>
Prijedlozi za unapređenje	<p>Dodatno uključivanje ugostiteljske ponude koja bi nudila posebno osmišljena jela za tu prigodu</p> <p>Osmišljavanje ponude i promocijske aktivnosti usmjeriti na neka tradicionalna jela poput istarske supe koja nisu dovoljno osmišljena</p>

Naziv događaja	Buzz@teen festival
Organizator/i	Motovun film festival, TZ Buzet i Grad Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Srpanj mjesec, Stari grad Buzet

Vrsta događaja	Kulturni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Regionalni značaj
Opis događaja	<p>U starom gradu na tri lokacije (na otvorenom) prikazuju se filmovi koji se naknadno prikazuju na Motovun film festivalu. Dakle, u Buzetu se prikazuju filmovi tjedan dana ranije. Događanje traje četiri dana. Festival se organizira već pet godina. Na filmskom festivalu naglasak je stavljen na filmovima za mlade.</p> <p>Osim samih projekcija organiziraju se i radionice izrade kratkometražnih filmova. U 2019. godini ove radionice je pohađalo 20-tak mladih Buzečana. Snimljeni filmovi prikazani su u okviru Buzz@teen festivala. Određene projekcije filmova su besplatne, a za neke se plaća ulaznica (oko 20 kuna). Osim toga, u tijeku održavanja događaja organizira se i zabavni program u kojem posjetitelji festivala mogu sudjelovati nakon projekcija.</p>
Nedostatci događaja	Ovisnost o klimatskim uvjetima budući da se festival organizira na otvorenom prostoru
Prijedlozi za unapređenje	<p>Unapređenje ugostiteljske ponude</p> <p>Pojačane promotivne aktivnosti kako bi se privuklo veći broj zainteresiranih posjetitelja</p> <p>Korištenje činjenice da se na ovom događaju prikazuju pretpremijerno filmovi (jedan element pozicioniranja)</p>

Naziv događaja	Izbor Humskog župana
Organizator/i	Udruga Hum
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec lipanj svake godine, Hum
Vrsta događaja	Kulturni i zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	<p>Jedinstven tradicijski događaj koji se može vidjeti samo u Humu. Prema srednjovjekovnom tradicijskom običaju 11 mjesnih sudaca odabire župana između dva kandidata. Uloga župana je nekoć bila veoma važna, no danas je simbolička. Događaj posjeti 100 –tinjak ljudi, a organizira se od 1976. godine.</p> <p>Tijekom godina se uz događaj organiziraju razni dodatni sadržaji pa su tako nekoliko godina bili organizirani i techno party-ji, pa razne zabavne grupe. Trenutno se uz ovaj događaj organizira „Susret kantadura“ (klapa). Na taj način je dobivena veća posjećenost događaja (200 ljudi).</p>
Nedostatci događaja	<p>Nedovoljna vidljivost događaja na turističkim tržištima</p> <p>Nedovoljna atraktivnost samog događanja za turiste</p> <p>Događaj usmjeren k lokalnom stanovništvu Buzeštine</p>
Prijedlozi za unapređenje	<p>Kostimiranje lokalnog stanovništva čime bi se dobio „duh prošlih vremena“</p> <p>Dodatne zabavne sadržaje prilagoditi vremenu i običajima srednjeg vijeka</p> <p>Radionice za djecu sa temom života u Humu u srednjem vijeku – djeca kao ciljna skupina</p> <p>Takmičenja u igranju starih igara</p>

	Sudionicima događaja osigurati suvremene igre, tradicionalna jela, i ostale događaje kao uspomenu na ovaj događaj.
--	--

Naziv događaja	Samanj od rož
Organizator/i	TZ grada Buzeta i Grad Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Svibanj mjesec svake godine, centar Buzeta
Vrsta događaja	Zabavno-poslovni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Na bužetskom sajmu cvijeća se prodaje cvijeće ostali sadržaji za vrt. Ove godine sudjelovalo je 11 izlagača. Osim toga, u događaj su uključena škola i vrtić koje prodaju radove od svojih učenika i polaznika (razne posudice, cvijeće od papira...).
Nedostatci događaja	Događaj ima izrazito lokalni karakter Nedovoljno ponude za sve dobne skupine Neuključenost ostalih dionika u ove događaje
Prijedlozi za unapređenje	Aktivnija komunikacija s potencijalom potražnjom Potrebna integracija određenih sadržaja iz ugostiteljske ponude (samanj od rož, dani piva...) Organiziranje raznih radionica (aranžiranje cvijeća, sadnja biljaka...) Širenje ponuda na cjelokupnu vrtenu ponudu, alate... Spajanje ovog događaja sa novim događajima poput: Dani piva

Naziv događaja	Rekreativna biciklijada „Subotina“
Organizator/i	TZ Grada Buzeta, BK Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec rujan-kolovoz svake godine, Buzet
Vrsta događaja	Sportski događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Biciklijada je u 2019. organizirana 15. put. Organizira se povodom dana Grada Buzeta i gradske fešte Subotine. Po definiciji se radi o rekreativnoj organiziranoj vožnji biciklista, čemu u prilog govori i nezahtjevna staza kojom se sudionici kreću. Biciklijadom se povezuje aktivnost vožnje s gastro ponudom Bužeštine. Staza dužine 22-23km obuhvaća cikloturističku stazu “Dolinom Mirne i Bračane“, odnosno relaciju Buzet – Fontana - Most - uz rijeku Mirnu - Minjera – Rušnjak - Opatija (kaštel Pietrapilosa) - Škuljari - Mažinjica - Sveti duh - Buzet. Od 2019. godine uvršena je u događaj Buzet Active koji okuplja oko 600 sportaša i rekreativaca iz Buzeta.
Nedostatci događaja	Nedostatno promovirana van lokalne zajednice Izostanak turističkog karaktera događaja, potencijalno vezan uz nedostatno informiranje javnosti Obiteljski karakter, ali se sudjelovanje ne preporuča mladima od 12 godina Neprepoznatljivost veze s događajem Subotina, povodom kojeg se organizira

Prijedlozi za unaprjeđenje	Povezati samu realizaciju biciklijade s posjetom starom gradu Buzeta u vrijeme održavanja Subotine Bolja diseminacija informacije o biciklijadi (biciklistički forumi, portali outdoor ponude i sl.), što uključuje i ažuriranje informacija, aktivniju izmjenu sadržaja i komunikaciju s potencijalnom potražnjom
-----------------------------------	---

Naziv događaja	Z Bičikletu v Roč
Organizator/i	BK Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec veljača svake godine, Roč
Vrsta događaja	Sportski događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Regionalni značaj
Opis događaja	MTB utrka, koja nije dio kupa Hrvatskog biciklističkog saveza, već se kao dio GIANT MTB Zimske lige Istre i Kvarnera organizira zimi, kako bi natjecateljima omogućila utrke tijekom zimskog „predaha“, a rekreativcima odmjeravanje snaga u opuštenijem okruženju. Prvo izdanje ove utrke održano je 2007. godine u organizaciji biciklističkih entuzijasta Bužeštine, a izdanje 2019. bilo je 8. utrka na ovoj lokaciji. Dužina staze je oko 3 km, na trasi Roč – Zrenj - Roč. Utrka je prilagođena i mladim kategorijama, koje se natječu na kraćoj stazi.
Nedostatci događaja	Izostankom entuzijazma u organizaciji nekolicine članova BK Buzet (a u okviru Zimske lige) događaj bi vjerojatno prestao postojati Događaj apelira na relativno mali segment potražnje (što je ipak u skladu s idejom lige na razini Istre i Kvarnera) Događajem se ostvaruje vrlo mala, gotovo nikakva turistička potrošnja u Bužeštini Događaj turistički nije dovoljno iskorišten
Prijedlozi za unaprjeđenje	Osigurati potporu JLS, kako bi se osiguralo redovito održavanje, a jednako tako otvorila mogućnost promocije događaja široj publici (potencijalno posjetiteljima područja kao dodatni sadržaj) i eventualno utjecalo na povećanje potrošnje u području Po modelu biciklijade Subotina, sudionicima utrke omogućiti suvenir u obliku atraktivne majice kratkih rukava (kojom se imidž destinacije veže uz biciklistički sport)

Naziv događaja	Smotra Buzetskih klobasova 2019 Sovinjak
Organizator/i	Mjesni odbor Sovinjak, Grad Buzet, TZ Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Veljača, Sovinjak
Vrsta događaja	Zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Smotra Buzetskih klobasova događaj je na kojoj se organizira degustacija kobasice uz čašicu dobrog vina. Na smotri mogu sudjelovati svi proizvođači s područja Grada Buzeta koji kobasice pripremaju za vlastite potrebe.
Nedostatci događaja	Izrazito naglašen lokalni karakter

	Događaj se odvija u karnevalsko vrijeme Nedostatak promotivnih aktivnosti Nedostatak zabavnog programa
Prijedlozi za unapređenje	Unapređenje u smjeru zabavnog programa – manifestaciju uključiti u integralnu promociju s karnevalskim zbivanjima Dodatna ponuda ostalih lokalnih proizvoda Unaprijediti promotivne aktivnosti

Naziv događaja	Advent na Sjeveru
Organizator/i	TZ grada Buzeta, Grad Buzet
Vrijeme i mjesto održavanja	Prosinac svake godine, Stari grad Buzet
Vrsta događaja	Zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Događaj uključuje Adventski sajam na Loparu (ulica Šetalište Vladimira Gortana), predstavu za djecu (Djed Božičnjak), ugostiteljsku ponudu i zabavni program. Događaj traje dva dana. Održava se treću godinu za redom. Program usmjeren različitim dobnim skupinama.
Nedostatci događaja	Mali broj dana održavanja događaja Konzracija događanja u Starom gradu
Prijedlozi za unapređenje	Potreba da se događaj proširi na cijeli Stari grad, a ne samo na područje Lopara. Mogućnost osmišljavanja tradicijskog sajma s starinskim vrtuljcima i starinskim zanatima usmjerenim gastronomiji prilagođenoj zimskim mjesecima (npr. „Zimska Subotina“), odnosno usmjeravanje na trend ponavljanja događaja koji su najjače prepoznati u destinaciji.

Naziv događaja	Smotra istarskih rakija
Organizator/i	Udruga Hum, TZ Grada Buzeta
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec listopad svake godine, Hum
Vrsta događaja	Gastro događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Događaj se održava već 19 godina s ciljem popularizacije domaćih rakija i Huma kao Grada biske., ali u manifestaciji sudjeluju proizvođači rakija iz cijele Republike Hrvatske. Na događaju se okupljaju svi zainteresirani proizvođači rakija čije proizvode ocjenjuje stručni žiri. Postoji nekoliko vrsta kategorija rakije poput: biska, domaća obična, rakija s rutom, medenica, šljivovica, rakije s raznim travama, voćem, šumskim plodovima i sl. Posjetitelji događaja mogu kupiti malu čašicu (u smislu ulaznice) i degustirati razne rakije. Osim ovoga organizira se i zabavni program.
Nedostatci događaja	Vremenske (ne)prilike budući da se događaj održava na otvorenom prostoru Nedostatak dodatne ponude

Prijedlozi za unapređenje	Zatvoreni prostor (šator) Prodaja domaćih proizvoda (maslinovo ulje, vino i ostali proizvodi) Novi oblici ocjenjivanja rakija (bodovni rangovi i oznake koje će se moći staviti na etikete proizvoda) Demonstracija kuhanja rakije na tradicionalan način Organizacija turističkih događaja koji će povezivati Smotru istarskih rakija i prezentaciju tartufa te cijele gastro priče Buzeta
----------------------------------	---

Naziv događaja	Bela nedeja u Sovinjaku
Organizator/i	Udruga Sovinjak
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec listopad svake godine, Sovinjak
Vrsta događaja	Zabavni, sportski i kulturni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Bela nedeja, tradicionalan događaj koji se održava u čast mladog vina. Na Beloj nedeji u Sovinjaku se osim kršenja vina održava sportsko – zabavni program i to: turnir u elektroničkom pikadu, turnir u malom nogometu i vozićima, zabavni sadržaji (klape, zborovi, grupe).
Nedostaci događaja	Nedostatak promotivnih aktivnosti Nedovoljna prezentacija gastro i eno proizvoda Bužeštine
Prijedlozi za unapređenje	Dodatne promotivne aktivnosti Širenje ponude s kojim bi se moglo zainteresirati veći broj posjetitelja Osmisliti turistički doživljaj koji bi povezo događanja u Humu i Roču

Naziv događaja	Festival klapa Istre i Kvarnera (KIK Fest)
Organizator/i	POU “Augustin Vivoda” Buzet, uz suorganizatora: Hrvatsko društvo skladatelja – HDS – ZAMP. Pokrovitelji u 2019. godini su bili: Ministarstvo kulture, župan Istarske županije i Grad Buzet.
Vrijeme i mjesto održavanja	Velika dvorana Narodnog doma u Buzetu
Vrsta događaja	Zabavni /očuvanje baštine
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Regionalni značaj
Opis događaja	Festival klapa Istre i Kvarnera "Pivajući sva smo blaga stekli" je jedini klapski natjecateljski festival na sjevernom dijelu jadranske obale te je u 2019. godini ugostio deset muških i ženskih klapa koje su se natjecale za festivalske nagrade, a sam Festival klapa Istre i Kvarnera se u 2019. godini održao 22. put.
Nedostaci događaja	Usmjerenost događaja lokalnom stanovništvu i sudionicima Festivala. Nedovoljna prepoznatljivost i prezentacija u turističkoj ponudi Buzeta. Nedostatak promotivnih aktivnosti.
Prijedlozi za unapređenje	Dodatne promotivne aktivnosti Širenje ponude s kojim bi se moglo zainteresirati veći broj posjetitelja, a osobito dodatno pojačati komunikacijsku strategiju prema turistima koji borave u destinaciji.

Naziv događaja	Festival industrijske konoplje
Organizator/i	Udruga Hum
Vrijeme i mjesto održavanja	Mjesec listopad svake godine, ali od 2019. godine krajem mjeseca kolovoza
Vrsta događaja	Edukacijsko/zabavni/gastro događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Grad Hum je u 2019. bio peti puta organizator jedinog festivala u Hrvatskoj posvećenog industrijskoj konoplji. U okviru festivala posjetiteljima se nudi tradicionalna sajamska ponuda vezana uz smotru industrijske konoplje i njenih proizvoda (npr. ulja od konoplje, brašna, čajeva, sjemenka...) i degustaciju tradicionalnih domaćih proizvoda. U okviru Festivala održavaju se i predavanja koja su tematski posvećena različitim aspektima korištenja i korisnosti industrijske konoplje. Festival je dobar način za promociju konoplje i njenih prednosti.
Nedostatci događaja	Usmjerenost događaja lokalnom stanovništvu i sudionicima Festivala te stručnjacima i proizvođačima konoplje. Nedovoljna prepoznatljivost u širem okruženju s obzirom da je to jedini Festival industrijske konoplje na području Hrvatske. Nedostatak promotivnih aktivnosti.
Prijedlozi za unapređenje	Dodatne promotivne aktivnosti na području Istarske i Primorsko-goranske županije. Širenje ponude s kojim bi se moglo zainteresirati veći broj posjetitelja, a osobito dodatno pojačati komunikacijsku strategiju prema turistima koji borave u turističkim središtima Istre. Organizirati jednodnevne izlete iz većih i značajnijih turističkih središta Iste te festival povezati s glagoljicom.

Naziv događaja	Županijski dječji festival „Mali veliki mikrofon“
Organizator/i	Udruga „Mali veliki mikrofon“, Pučko otvoreno učilište Augustin Vivoda
Vrijeme i mjesto održavanja	Lipanj, buzetski Trg Goričica
Vrsta događaja	Zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni značaj
Opis događaja	Festival se kontinuirano održava već 22 godine. Mladi pjevači se natječu za 13 festivalskih nagrada, a ove godine se predstavio 31 pjevač osnovnoškolskog uzrasta. Mikrofon konkurrira mnogim međunarodnim dječjim festivalima, po raskošnoj produkciji i talentu malih pjevača.
Nedostatci događaja	Nedovoljna promocijska aktivnost usmjerene na susjedne županije
Prijedlozi za unapređenje	Međunarodni karakter događaja – pjevači iz drugih županija i država Obogaćivanje programa sa dječjim plesnim skupinama, recitacijama i sl. Povezivanje sa događajem, odnosno dodatna promocija na Plesomaniji

Naziv događaja	Županijska smotra plesa Plesomanija
Organizator/i	Udruga „Mali veliki mikrofon“, Pučko otvoreno učilište „Augustin Vivoda“, Osnovna škola „Vazoslav Gržalja“
Vrijeme i mjesto održavanja	Svibanj, Sportska dvorana, Buzet
Vrsta događaja	Zabavni događaj
Karakter (lokalni/regionalni/međunarodni)	Lokalni karakter
Opis događaja	Županijsko natjecanje plesnih gurpa u modernom plesu za djecu do deset godina. Ove godine održalo se je osmo, tradicionalno, natjecanje a nastupalo je 400 plesača u 38 koreografija.
Nedostatci događaja	Nedovoljna promocijska aktivnost usmjerene na susjedne županije
Prijedlozi za unapređenje	Međunarodni karakter događaja – plesači iz drugih županija i država Obogaćivanje programa sa dječjim pjevačkim skupinama, recitacijama i sl. Povezivanje sa događajem, odnosno dodatna promocija na događaju Mali veliki mikrofon

Izvor: TZ Buzet, Grad Buzet, Internet stranice događaja te organizatora i intervjui s nositeljima organizacije događaja

U cilju povećane sinergije postojećih događaja potrebno je koordinirati i udruživati događaje. Isto tako, bilo bi potrebno pratiti i usklađivati kalendare događanja u Istarskoj županiji kako bi se izbjeglo organiziranje događaja na isti dan.

Osmišljavanje i razvoj novih događaja

Događaji su veoma važni za formiranje turističke ponude. Dobrom organizacijom i povezivanjem postojećih događaja može se stvoriti turistički proizvod na temelju kojih će se ostvariti i bolji turistički rezultati.

Slika 6. Prijedlozi za uvođenje novih ili reorganizaciju postojećih događaja



Izvor: obrada autora

U nastavku slijedi opis predloženih događaja:

- Organizacija Festivala ili Večeri klasične glazbe „Muzika na saken kantunu“ u ljetnim mjesecima (npr. otvoreni prostori starog grada Buzeta, crkve u Starom gradu Buzetu, Roč, kaštel Petrapilosa, itd.). Razlog organizacije ovakvog događanja je nedovoljna prepoznatljivost Buzeta u smjeru klasične glazbe, a Buzet i njegova naselja imaju taj potencijal. Ciljni segment: turisti, lokalno stanovništvo grada Buzeta, ali i šireg područja, djeca;
- Glagoljica svuda oko nas – organizacija događaja koji će povezati Roč, Hum i Aleju glagoljaša kroz „žive“ prikaze značaja svih kamenih spomenika, različite kreativne radionice, predavanja, tradicijska glazba, lokalna gastronomija s posebnim naglaskom na vino i maslinovo ulje, itd.). Na području grada Buzeta još uvijek nema događanja koji su usmjereni na glagoljicu, a postoji veliki potencijal. Ciljni segment: stanovništvo Istre, lokalno stanovništvo, stručnjaci, djeca različitih uzrasta itd;
- Dani piva (povezivanje Istarske pivovare d.o.o. i Bruman Craft Brewery) – ovaj događaj je moguće povezati s postojećim događajem Samanj od rož u smjeru da se postojeći događaj dopuni ovom specifičnom ponudom – Samanj od rož i piva (npr. mogućnost razgleda

proizvodnje, degustacije, prodaja najrazličitijih proizvoda od piva itd.). Ciljni segment: lokalno stanovništvo, turisti, stanovnici Istre i Kvarnera;

- „Buzetske noći“ – zabavni sadržaji za mlade (koncerti zabavne i druge glazbe). Događaj se može integrirati u okviru Buzz@teen ciljni segment: mladi područja Bužeštine, ali i drugih dijelova Istre i Kvarnera;
- Spoj novih tematskih događaja – spoj novih tematskih događaja sa postojećim (npr. gastro vikend) u kojem će se osnažiti postojeći događaji i povećati njihova prepoznatljivost. Ciljni segment: turisti, lokalno stanovništvo;
- Team building po starinski – Hum – dan prije izbora Humskog župana – za ulaz u grad potrebno je ostaviti mobitel na ulazu Huma i sudjelovati tijekom poslijepodneva u tradicijskim igrama, pjesmi, gastro i eno ponudi, itd. uz kostimirane organizatore i bez dostupnosti suvremenih tehnologija; ciljni segment: turisti, lokalno stanovništvo, poslovni ljudi;
- „Buzetski pjat“ – tjedan tijekom ljetnih mjeseci kad se u svim ugostiteljskim objektima nude jela specifičnih namirnica s područja Buzeta i Bužeštine (npr. tartufi, maslinovo ulje, tjestenine itd.). U cilju dodatne promocije izraditi promocijske materijale u obliku: podložaka za tanjur, salveta sa znakom ili logotipom događaja. Ciljni segment: turisti, stanovništvo Buzeta, cijele Istre i Kvarnera te ostalih krajeva Republike Hrvatske;
- Događaji povezani sa slobodnim penjanjem – na području Grada Buzeta postoji 12 penjališta u 600 smjerova. Budući da je slobodno penjanje postalo olimpijski sport, potražnja za ovakvim sadržajima je svaki dan sve veća. Ciljni segment: turisti i lokalno stanovništvo koje se bavi tim sportom;
- Događaji povezani s orijentacijskim trčanjem – sve veći broj ljudi koji se bavi ovim sportom. Na području Grada Buzeta postoji potencijal za organiziranje ovih događaja, te se mogu pojaviti kao novi oblici turističke ponude. Ciljni segment: turisti i lokalno stanovništvo koje se bavi tim sportom;
- Zdravstveni /vitality događaji – pojavljuju se kao nadogradnja svim ostalim proizvodima i privlače i ostalu ciljanju publiku. Ciljni segment: turisti i lokalno stanovništvo;
- Truffle walk, Beer walk - povezati se s, na tržištu vrlo aktualnom i popularnom, pričom sjeverozapadne Istre kroz osmišljavanje atraktivnih tura hodanja i traženja tartufa (već se organizira Lov na tartufe) ili trčanja uz odabrane točke/lokacije za degustaciju piva, vina i malih zalogaja autohtonih delicija, što podrazumijeva uključivanje lokalnih tartufara, proizvođača piva, vinara, maslinara i ugostitelja.

Osim navedenih veoma važne su i brojne edukacije koje se mogu „iskoristiti“ za razvoj turizma. Na području grada Buzeta odvijaju se slijedeće edukacije: Mala škola glagoljice za učenike 6 razreda osnovne škole, Ljetna škola matematike za učenike od 1-6. razreda osnovne škole te radionice freskoslikarstva. Sve edukativne radionice organiziraju se u Roču te predstavljaju osnovu za trenutni, ali i budući razvoj turizma.

U smjeru pozitivnog razvoja događaja prema turističkim tržištima potrebno je da koordinacijsko tijelo ili Turistička zajednica integrirano upravlja događajima te da se ojačaju komunikacijske aktivnosti prema ciljnim segmentima.

SAŽETAK

Unatoč brojnim prirodnim i krajobraznim specifičnostima, te bogatstvu antropogenim kulturno-povijesnim turističkim resursima, Buzet je još uvijek nedovoljno istražen dio Istre. Turistički proizvod koji ga diferencira od ostalih gradova u okruženju uključuje mnoštvo atraktivnih lokacija i lokaliteta, te bogatu ostavštinu, ali zahtijeva i stvaranje (nove) atrakcijske osnove za značajno unapređenje ponude područja. Pri tome, oblicima turizma najznačajnijima za ponudu Bužeštine smatraju se gastronomski, sportski (outdoor) i kulturni turizam.

Vodeći brigu da smještajni kapaciteti odgovaraju strateškom usmjerenju destinacije i oblicima turizma koje Buzet želi razvijati u budućnosti, destinacijski menadžment mora istovremeno uvažiti potrebu:

- podizanja kvalitete usluga restorana i konoba, proizvoda vinara i maslinara u području, te njihove vidljivosti na tržištu (oznake Tartufo vero, Istarska kvaliteta, Flos Olei);
- korištenja postojećeg potencijala za isticanje na eno-gastro tržištu (humska biska, „lov na tartuf“, pivski turizam);
- kvalitativnog i kvantitativnog usklađivanja infrastrukture outdoor sportova sa specifičnim potrebama pojedine niše (brdski biciklizam, trail trčanje, penjanje, parajedriličarstvo, pješačenje, planinarenje) te kontinuiranog održavanja iste;
- unificiranja i plasiranja informacija o outdoor mogućnostima Bužeštine ciljnom tržištu;
- inoviranja postojeće kulturne ponude – prije svega zasnovane na glagoljici, snažnijeg iskorištavanja resursne osnove (stara jezgra grada Buzeta, kaštel Petrapilosa, industrijska baština Bužeštine, između ostalog) te stvaranja nove ponude;
- sinergije različitih oblika gastronomske, outdoor i kulturne ponude s drugim motivima dolaska u destinaciju;
- kvalitativnog iskoraka ponude događaja, širenja fokusa van lokalne zajednice i integriranja istih u turistički proizvod destinacije;
- valorizacije ekspertnih znanja dionika u području i involviranosti lokalne zajednice.

3. TURISTIČKA POTRAŽNJA GRADA BUZETA

Nakon ocjene turističkih resursa i sagledavanja preduvjeta daljnjeg razvoja turizma grada Buzeta, slijedi analiza turističkog prometa i emitivnih tržišta.

3.1. Analiza turističkog prometa grada Buzeta

Grad Buzet sa svojom raznovrsnom ponudom svake godine privlači sve više turista. Zahvaljujući različitim događajima koji se organiziraju svake godine, velikom broju kulturnih spomenika (ponajviše glagoljaških spomenika) te raznim sportovima kao što su slobodno penjanje, jahanje, parajedriličarstvo, automobilizam i slično. Rastu turizma u Buzeštini doprinijela je diversifikacija i proširenje turističke ponude što je rezultat brojnih aktivnosti i projekata lokalnih dionika. Neke od aktivnosti su proširenje i obnova vinskih cesta, cesta maslinovog ulja, pješačkih i izletničkih staza, povećanje broja i kvalitete smještajnih kapaciteta, organiziranje posebnih programa sportskih događaja, programa povezivanja turističke ponude s bogatom i raznolikom kulturnom baštinom Buzeštine, tradicijskim vrijednostima, kulturno-zabavnim događajima i gastro-eno ponudom i drugo. Putem info punktova, turističkih info centara, promotivnih materijala, medija, oglasnih ploča i web portala kontinuirano se provode komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem popularizacije glavnih turističkih događaja.

Okolne općine grada Buzeta su, kao i sam Buzet, dio turističkog klastera unutrašnje Istre čiji se turistički razvoj oblikuje s ciljem očuvanja kulturnog i povijesnog nasljeđa, tradicije te bogate gastronomske ponude. Po promatranim godinama u tablici 22 se može vidjeti da Buzeština ima zanemariv udio u turističkom prometu Istarske županije (oko 0,41% u turističkim dolascima i oko 0,22% u turističkim noćenjima ostvarenima na području Županije), no isto tako taj udio iz godine u godinu raste.

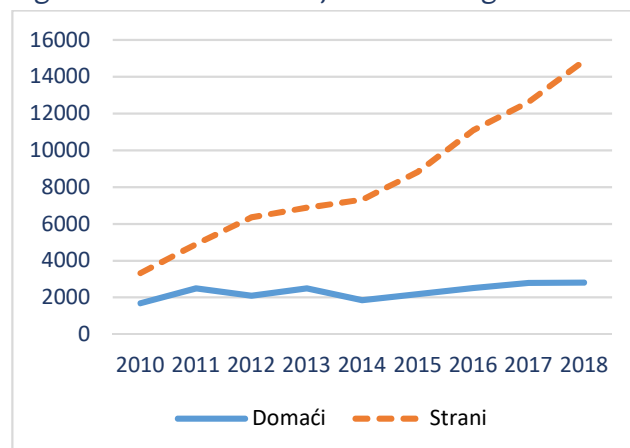
Tablica 23. Turistički promet u Republici Hrvatskoj, Istarskoj županiji i gradu Buzetu u razdoblju od 2009. do 2018. godine

Godina	Republika Hrvatska		Istarska županija		Buzet	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
2009.	10.934.474	56.299.647	2.755.269	18.130.006	4.458	11.035
2010.	10.604.116	56.416.379	2.627.918	17.731.881	5.008	15.771
2011.	11.455.677	60.354.275	2.895.686	19.095.401	7.394	21.195
2012.	11.835.160	62.743.463	2.985.042	19.877.368	8.460	26.948
2013.	12.441.476	64.827.814	2.980.663	19.445.130	9.376	30.046
2014.	13.128.416	66.483.948	3.059.226	19.545.303	9.177	31.845
2015.	14.343.323	71.605.615	3.369.905	20.966.561	11.002	36.489
2016.	15.594.157	78.049.852	3.763.174	23.128.233	13.595	48.044
2017.	17.430.580	86.200.261	4.104.018	25.426.476	15.416	55.839
2018.	18.666.580	89.651.789	4.332.752	26.178.763	17.685	56.843

Izvor: Turizam 2010.-2018., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Promatrajući razdoblje od 2009. do 2018. godine primjećuje se konstantni porast dolazaka i noćenja stranih gostiju, dok su dolasci i noćenja domaćih gostiju bili u opadanju 2012. i 2014. godine. U 2018. godini je na području grada Buzeta ostvareno 2.809 dolazaka domaćih gostiju ili 0,7% više u odnosu na 2017. godinu, dok je stranih gostiju u 2018. godini bilo 14.876 ili 15,1% više u odnosu na prethodnu godinu, što prikazuje grafikon 4.

Grafikon 4. Dolasci domaćih i stranih gostiju u gradu Buzetu u razdoblju 2010-2018. godine

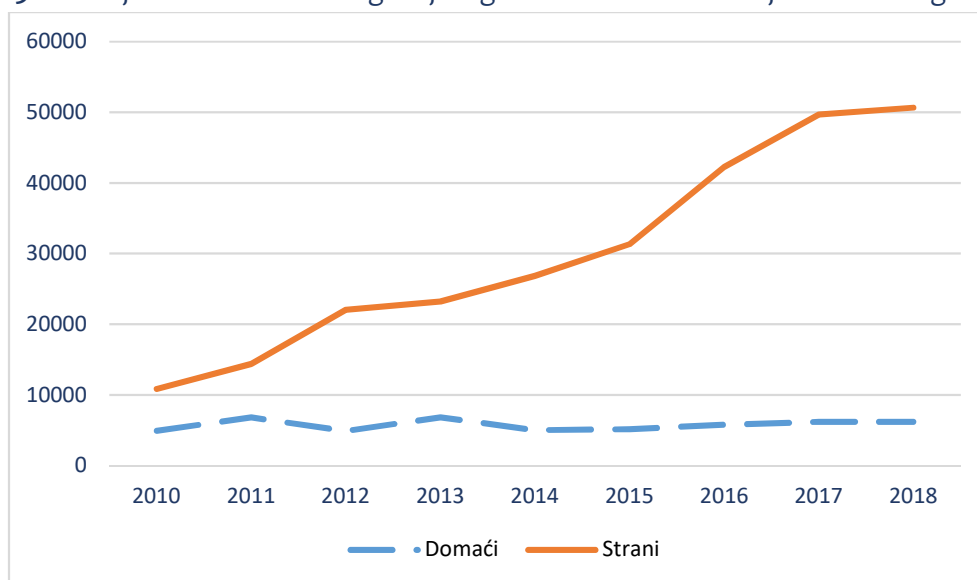


Izvor: Turizam 2010.-2018., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Kada se analiziraju podatci iz ovog grafikona može se vidjeti da dolasci stranih turista rastu s prosječnom godišnjom stopom rasta od 20,6 %, dok dolasci domaćih turista rastu sporije, odnosno s prosječnom godišnjom stopom rasta od 6,6 %.

Isto kao i kod dolazaka, tako se i kod noćenja stranih turista može primijetiti stalni kontinuitet rasta od 2010. do 2018. godine. Tako je 2018. godine u gradu Buzetu bilo ostvareno 56.843 noćenja stranih turista što je za 1,77 % više nego prethodne godine. Promatrajući noćenja domaćih turista može se primijetiti pad ostvarenih noćenja 2012. i 2014. godine, dok je rast 2015. godine skoro i neprimjetan u odnosu na prethodnu godinu.

Grafikon 5. Noćenja domaćih i stranih gostiju u gradu Buzetu u razdoblju 2010-2018. godine

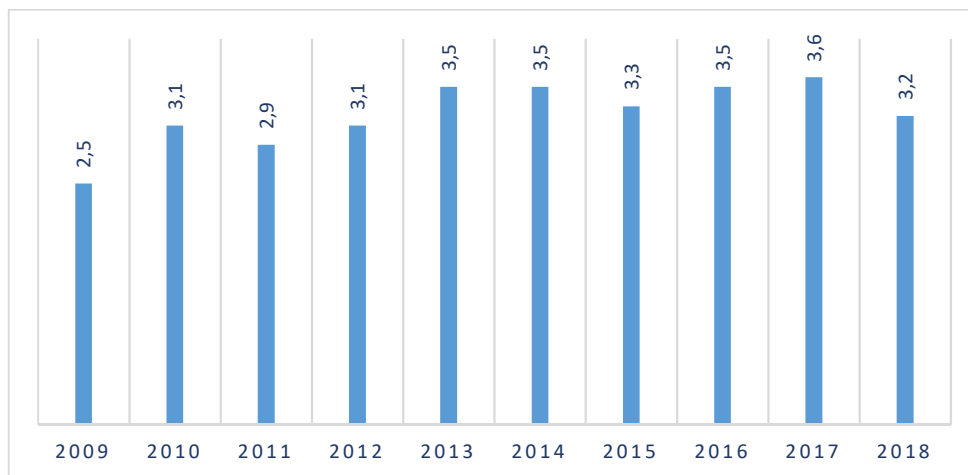


Izvor: Turizam 2010.-2018., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Može se vidjeti da noćenja stranih turista rastu s prosječnom godišnjom stopom rasta od 17,3 %, dok dolasci domaćih turista rastu sporije, odnosno s prosječnom godišnjom stopom rasta od 2,8 %.

Odnos ostvarenih dolazaka i noćenja ukazuje na prosječnu dužinu boravka turista u destinaciji. Sagledavajući dužinu boravka, vidljivo je da se u gradu Buzetu u promatranom razdoblju (2010-2018.) turisti zadržavaju prosječno 3,3 dana.

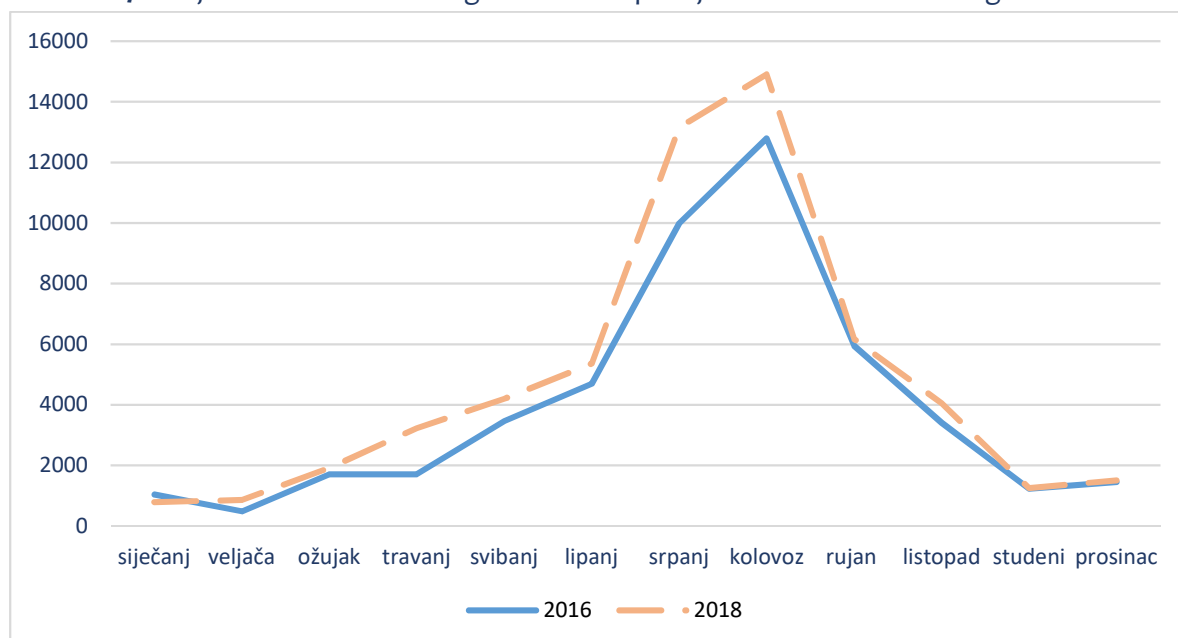
Grafikon 6. Dužina boravka gostiju u gradu Buzetu u razdoblju 2010-2018. (broj dana)



Izvor: Turizam 2010.-2018., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

U 2018. godini prosječno trajanje boravka turista na području grada Buzeta iznosilo je 3,2 dana. Isti pokazatelj za Republiku Hrvatsku bio je 4,8 dana, dok je za Istarsku županiju on iznosio 6 dana. Turizam grada Buzeta karakterizira činjenica da se od svibnja do listopada ostvari 79% svih turističkih dolazaka (podaci za 2018.godinu).

Grafikon 7. Broj ostvarenih dolazaka grada Buzeta po mjesecima u 2016. i 2018. godini



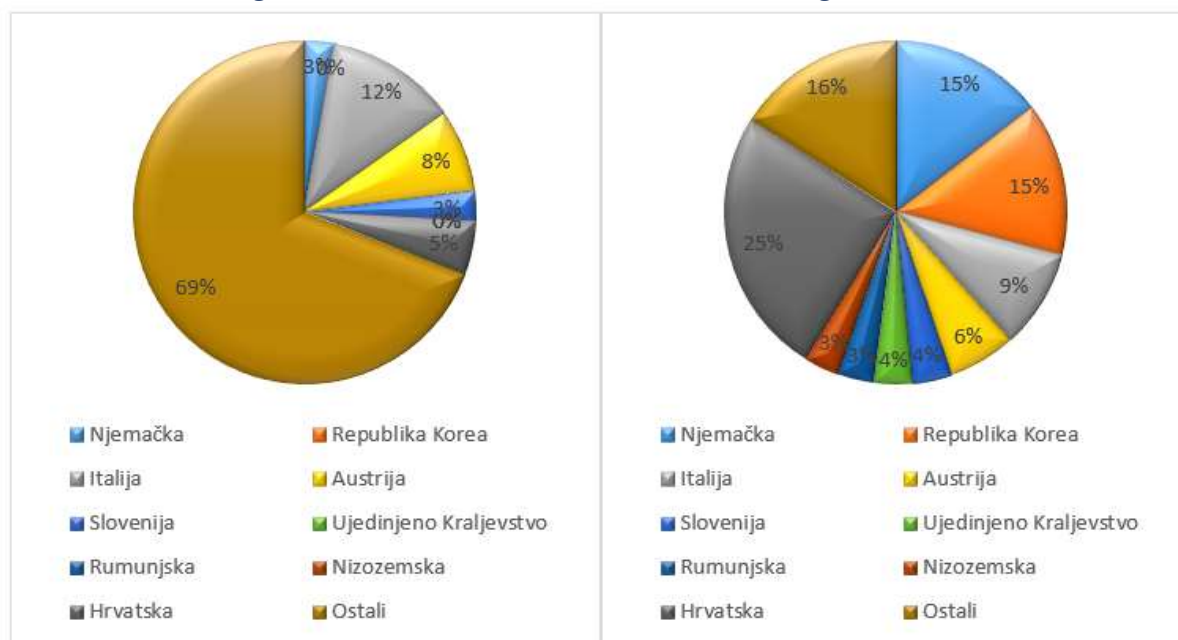
Izvor: TZ Grada Buzeta (zbog nedostatka podataka u službenim bazama Državnog zavoda za statistiku, koristili su se podaci TZ Grada Buzeta)

Ukoliko se promatra samo srpanj i kolovoz 2018. godine (kada je glavna turistička sezona u Republici Hrvatskoj) može se vidjeti da se u ta dva mjeseca ostvari 38,2% ukupnih turističkih dolazaka, što dokazuje činjenicu o sezonalnosti turizma, iako Grad Buzet ne pripada obalnom području.

3.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta grada Buzeta

Prema podacima iz grafikona koji slijedi u nastavku, vidljivo je da najveći broj stranih gostiju u 2018. godini dolazi iz Njemačke, Republike Koreje, Italije, Austrije, Slovenije, Ujedinjenog Kraljevstva, Rumunjske te Nizozemske. Turisti koji potječu iz Republike Hrvatske u 2018. godini imaju udio od 25%.

Grafikon 8. Ostvareni turistički dolasci u 2015. i 2018. godini po emitivnim tržištima u %



Izvor: TZ Grada Buzeta (zbog nedostatka podataka u službenim bazama Državnog zavoda za statistiku, morali su se koristiti podaci TZ Grada Buzeta)

Može se vidjeti da je u 2018. godini struktura dolazaka turista značajno drugačija nego u 2015. godini. Povećanje udjela bilježe turisti iz Republike Hrvatske. Turisti koji se nisu pojavljivali u 2015. godini dolaze iz zemalja poput Republike Koreje, Ujedinjenog Kraljevstva, Rumunjske i Nizozemske iako se još uvijek radi o malim brojevima.

Ukoliko se struktura turista u promatranom razdoblju uspoređuje s Istarskom županijom može se vidjeti da se i na razini Županije bilježe slična kretanja. Najbrojniji gosti su oni iz: Njemačke, Austrije, Slovenije, Italije, Nizozemske. Tako su u razdoblju 2017-2018, gosti iz Njemačke ostvarili rast za 3 %; Austrijanci rast od 4 % što potvrđuje da je ono jedno od najznačajnijih i stabilnijih tržišta za Istru; Slovenci su nakon određenog vremena opet na drugom mjestu na ljestvici i ostvaruju rast od 6 %;

udio talijanskih gostiju je različit u promatranim godinama (Izvještaj o radu i financijski izvještaj za 2018. godinu, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, veljača 2019.).

SAŽETAK

Promatrajući turistička kretanja u gradu Buzetu, vidljivo je da, iako ima gotovo zanemariv udio (ispod 0,5%) u turizmu Istre, prisutan je pozitivan trend kontinuiranog porasta dolazaka i noćenja, naročito stranih gostiju. Uz izraženu sezonalnost, turisti se u Buzetu zadržavaju u prosjeku 3,3 dana, što je ispod prosjeka Republike Hrvatske (4,8 dana) i daleko ispod prosjeka Istre, gdje se turisti zadržavaju u prosjeku 6 dana. Stoga je veliki izazov za Buzet da razvojem atraktivnih turističkih proizvoda koje treba pratiti adekvatna smještajna struktura, privuče turiste na dulji boravak. Vodeći računa o trendovima na tržištu potražnje i imajući u vidu atraktivnost Istre kao destinacije, Buzet ima potencijala razviti ponudu sa sadržajima koji će biti jak motiv dolaska turista tijekom cijele godine.

4. ANALIZA STAVOVA DIONIKA

4.1. Stavovi lokalnog stanovništva

Lokalno stanovništvo ima ključnu ulogu u održivom razvoju turizma destinacije, stoga je izuzetno važno pratiti njihov stupanj zadovoljstva pojedinim elementima destinacije, njihove percepcije učinaka koje turizam generira kao i razinu njihove potpore daljnjem razvoju turizma. Posebno je važno uključiti lokalno stanovništvo u proces planiranja razvoja turizma kako bi se zajednički definirali i kasnije realizirali razvojni pravci destinacije. Iz navedenih razloga je i u kontekstu izrade ove Strategije, provedeno istraživanje stavova lokalnog stanovništva grada Buzeta u razdoblju od 15. travnja do 5. lipnja 2019. godine. Anketno istraživanje provedeno je online i terenski, odnosno podjelom anketnih upitnika po mjesnim odborima grada Buzeta. Upitniku je pristupilo čak 440 ispitanika, no samo ga je njih 163 u potpunosti ispunilo. Stoga se u konačnici analiza podataka, čiji su rezultati prikazani u nastavku, provela na stavovima 163 ispitanika grada Buzeta.

Tablica 24. Profil ispitanika (n=163)

Obilježje	%	Obilježje	%
Spol		Sustav	
<i>Muški</i>	49,9	<i>Tijela lokalne samouprave</i>	16,4
<i>Ženski</i>	50,1	<i>Tijela turističke zajednice</i>	4,6
Dob		<i>Turističko-ugostiteljski objekti/tvrtke</i>	15,1
<i>manje od 25 godina</i>	3,8	<i>Privatni iznajmljivač</i>	10,5
<i>26 - 35 godina</i>	25,3	<i>Ostalo</i>	53,3
<i>36 - 45 godina</i>	30,4	Status	
<i>46 - 55 godina</i>	25,9	<i>Zaposlen u turizmu</i>	13,2
<i>56 - 65 godina</i>	12,0	<i>Zaposlen u drugim djelatnostima</i>	67,8
<i>više od 65 godina</i>	2,5	<i>Nezaposlen</i>	2,0
Obrazovanje		<i>Umirovljenik</i>	6,6
<i>Srednja škola ili niže</i>	33,5	<i>Student, učenik</i>	2,0
<i>Viša škola</i>	18,4	<i>Ostalo</i>	8,6
<i>Fakultet</i>	42,4		
<i>Magisterij ili doktorat znanosti</i>	5,7		

Izvor: Anketa lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

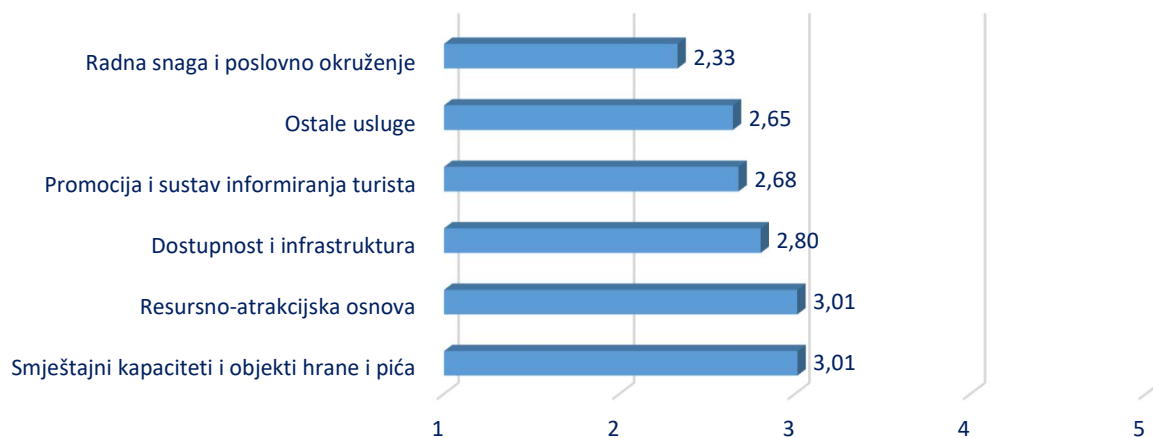
U ovom istraživanju sudjelovao je podjednak broj žena i muškaraca. Najveći udio ispitanika ima između 36 i 55 godina (56,3 %) te čak 60,8 % ispitanika ima završenu višu školu ili fakultet. 16,4 % ispitanika dolazi iz tijela lokalne samouprave, 15,1 % iz turističko-ugostiteljskih objekata ili tvrtki dok je 10,5 % ispitanika privatni iznajmljivač. S obzirom na gospodarsku strukturu grada Buzeta, očekivano je samo 13,2 % ispitanika zaposleno u turizmu, dok ih je većina (67,8 %) zaposleno u drugim djelatnostima.

U prvom dijelu anketnog upitnika ispitanici su iskazivali svoj stupanj zadovoljstva pojedinim obilježjima grada Buzeta koja su grupirana u slijedećih šest skupina:

- dostupnost i infrastruktura;
- resursno-atraksijska osnova;
- smještajni kapaciteti i objekti hrane i pića;
- ostale usluge;
- promocija i sustav informiranja turista;
- radna snaga i poslovno okruženje.

Sukladno rezultatima prikazanim u grafikonu 9, ispitanici su prilično kritični kada je riječ o svim obilježjima koje su ocjenjivali. Naime, najviša prosječna ocjena zadovoljstva pojedinim skupinama obilježja ispitanika je 3 (na ljestvici od 1 – u potpunosti nezadovoljan do 5 – u potpunosti zadovoljan).

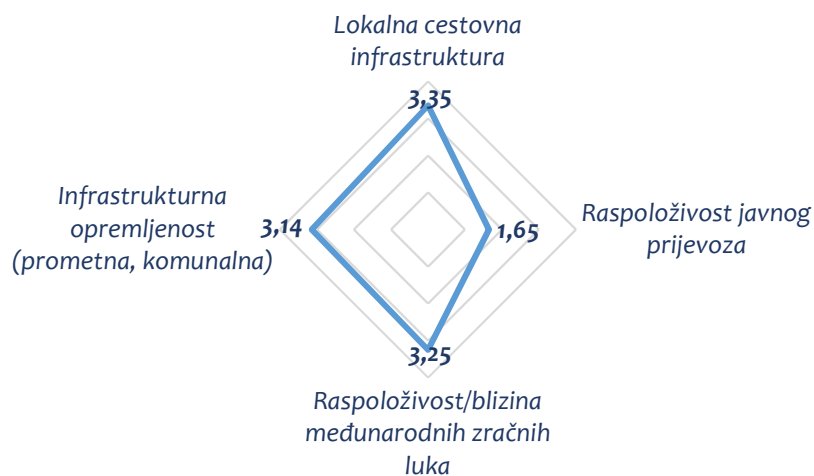
Grafikon 9. Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika pojedinim skupinama obilježja grada Buzeta



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Rezultati ukazuju kako su ispitanici najmanje zadovoljni radnom snagom i poslovnim okruženjem (prosječna ocjena zadovoljstva je niskih 2,33) te ostalim uslugama na području grada Buzeta (prosječna ocjena 2,65). Nešto zadovoljniji su resursno-atraksijskom osnovom te kvalitetom smještajnih kapaciteta i objekata hrane i pića (prosječna ocjena zadovoljstva iznosi 3,01).

Grafikon 10. Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika – dostupnost i infrastruktura

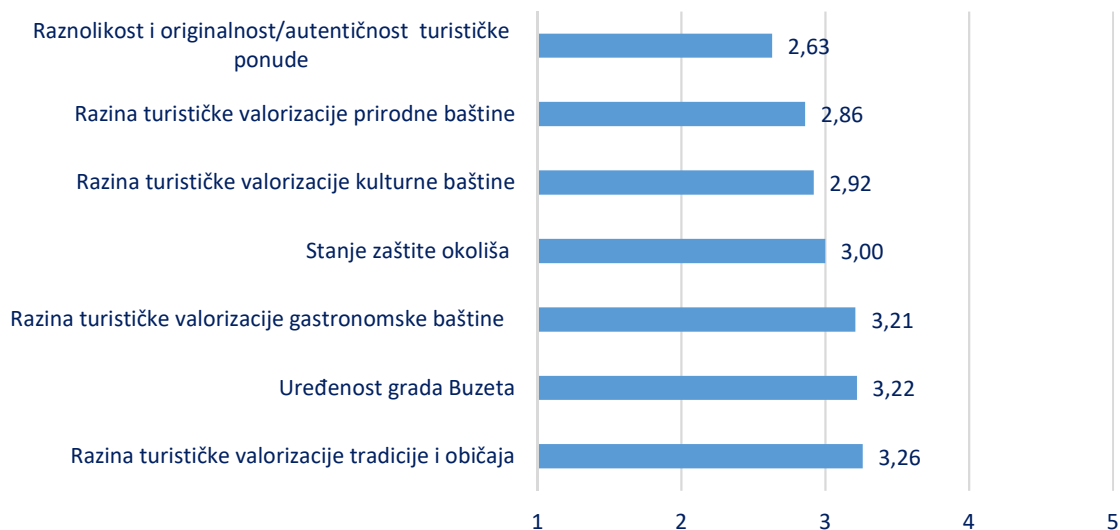


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Analizirajući zadovoljstvo ispitanika dostupnošću i infrastrukturom na području grada Buzeta, vidljivo je kako su najzadovoljniji lokalnom cestovnom infrastrukturom (prosječna ocjena 3,35) i raspoloživošću međunarodnih zračnih luka (3,25). S druge strane, najmanje su zadovoljni raspoloživošću javnog prijevoza (prosječna ocjena zadovoljstva je niskih 1,65).

Grafikon 11. Zadovoljstvo ispitanika resursno-atraksijskom osnovom grada Buzeta



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

U kontekstu resursno-atraksijske osnove, ispitanici iskazuju najniži stupanj zadovoljstva raznolikošću i originalnošću turističke ponude na području grada Buzeta te razinom turističke

valorizacije prirodne i kulturne baštine. Među elementima ove skupine, ispitanici su nešto zadovoljniji uređenošću grada i razinom turističke valorizacije tradicije i običaja ovog kraja.

Tablica 25. Zadovoljstvo ispitanika turističkim sadržajima grada Buzeta

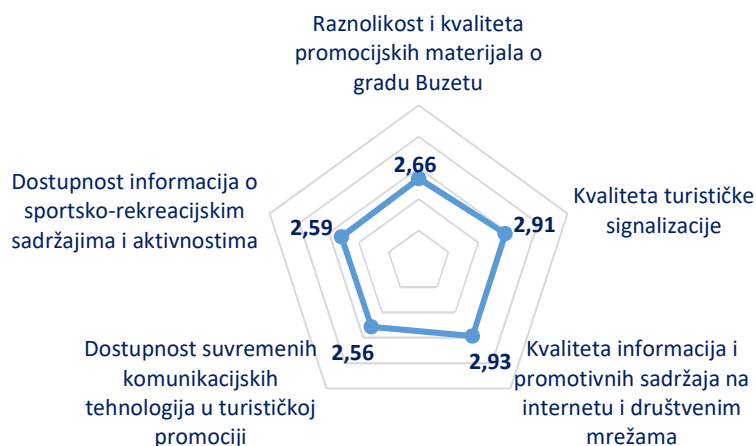
Smještajni kapaciteti i objekti hrane i pića	Prosječna ocjena
<i>Kvaliteta smještaja – hoteli</i>	3,56
<i>Kvaliteta smještaja – kampovi</i>	1,75
<i>Kvaliteta smještaja – obiteljski smještaj</i>	3,94
<i>Kvaliteta objekata hrane i pića</i>	3,42
<i>Razina korištenja lokalno proizvedene hrane i pića</i>	2,80
Ostali sadržaji	
<i>Kvaliteta biciklističkih staza</i>	2,85
<i>Kvaliteta pješačkih staza</i>	3,45
<i>Kvaliteta sportsko-rekreacijskih sadržaja i usluga</i>	2,83
<i>Kvaliteta kongresnih sadržaja</i>	1,96
<i>Kvaliteta ponude kulturnih sadržaja</i>	2,76
<i>Kvaliteta kulturnih događanja</i>	3,01
<i>Kvaliteta gastronomskih događaja</i>	3,17
<i>Kvaliteta ponude zabave</i>	1,63
<i>Kvaliteta trgovačke ponude</i>	2,43

Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Sukladno rezultatima prikazanim u prethodnoj tablici, vidljivo je kako su ispitanici najzadovoljniji kvalitetom obiteljskog smještaja (prosječna ocjena 3,94) i hotela (3,56). Oni prepoznaju i kvalitetu objekata za hranu i piće, no nisu u dovoljnoj mjeri zadovoljni razinom korištenja lokalno proizvedene hrane i pića (prosječna ocjena 2,8). Prilično su nezadovoljni kvalitetom kampa kojeg ocjenjuju niskom prosječnom ocjenom 1,75. Od ostalih sadržaja, ispitanici iskazuju najviši stupanj zadovoljstva kvalitetom pješačkih staza i gastronomskih događaja, dok ostale sadržaje ocjenjuju nezadovoljavajućima, posebice kada je riječ o kongresnim sadržajima i kvaliteti ponude zabave na području grada Buzeta.

Grafikon 12. Zadovoljstvo ispitanika promocijom i sustavom informiranja turista

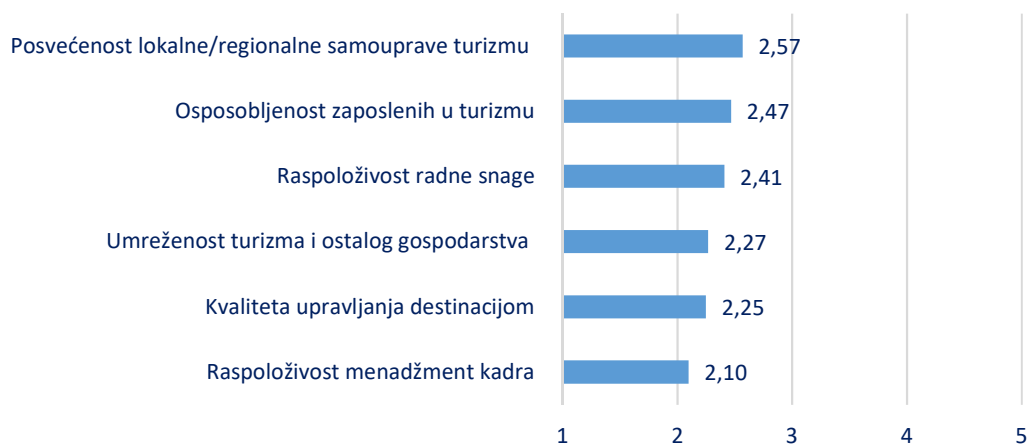


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anketa lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Ispitanici iskazuju nisku razinu zadovoljstva kada je riječ o promociji i sustavu informiranja turista o gradu Buzetu. Kako je vidljivo iz prethodnog grafikona, ispitanici smatraju da je potrebno unaprijediti kvalitetu informacija i promotivnih sadržaja na internetu i društvenim mrežama kao i kvalitetu turističke signalizacije na području grada Buzeta. Nadalje, prilično su nezadovoljni raznolikošću promocijskih materijala, dostupnošću informacija o sportski-rekreacijskim sadržajima i aktivnostima (prosječna ocjena 2,59) kao i dostupnošću suvremenih komunikacijskih tehnologija u turističkoj promociji grada (2,56).

Ispitanici su iskazali prilično nizak stupanj zadovoljstva i elementima koji se odnose na radnu snagu i poslovno okruženje. Naime, oni smatraju kako na području grada nema u dovoljnoj mjeri raspoloživog menadžment kadra i općenito radne snage. Također smatraju kako je potrebno unaprijediti upravljanje destinacijom kao i pospješiti umrežavanje turizma i ostalog gospodarstva.

Grafikon 13. Zadovoljstvo ispitanika radnom snagom i poslovnim okruženjem

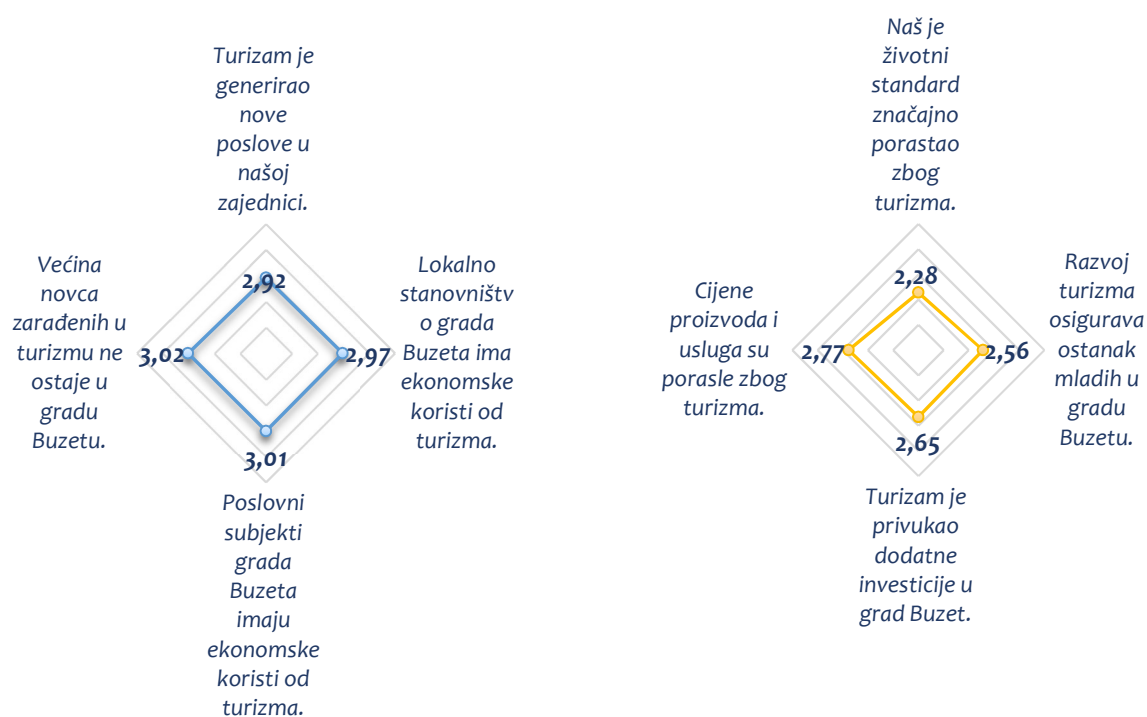


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anketa lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Pored navedenog, ispitanici smatraju kako je potrebno poticati edukaciju i osposobljavanje zaposlenih u turizmu te povećati posvećenost lokalne i regionalne samouprave turizmu. S obzirom da se lokalna samouprava odlučila na izradu ove Strategije, evidentno je kako je turizam prepoznat kao značajna razvojna opcija grada Buzeta i kao takva će zasigurno predstavljati važan prioritet velikog broja dionika ovog područja (svih razina).

U nastavku istraživanja utvrđivale su se percepcije lokalnog stanovništva vezane uz učinke koje turizam generira na području grada Buzeta. U procesu planiranja razvoja turizma destinacije vrlo je važno da lokalno stanovništvo uviđa realne i potencijalne, kako pozitivne tako i negativne, učinke turizma. Naime, istraživanja su pokazala da je u tom slučaju veća njihova potpora daljnjem razvoju turizma.

Grafikon 14. Percepcija lokalnog stanovništva – ekonomski učinci turizma



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Sukladno percepcijama lokalnog stanovništva grada Buzeta, ekonomski učinci turizma, kako oni pozitivni, tako i oni negativni, još uvijek nisu u potpunosti prepoznati. 40% ispitanika se slaže kako poslovni subjekti i lokalno stanovništvo grada Buzeta imaju ekonomskih koristi od turizma, dok se gotovo isto toliko ispitanika (39,8 %) ne slaže kako je turizam generirao nove poslove na području grada. Slično, manje je onih koji se slažu kako je turizam privukao dodatne investicije u grad Buzet (35,6 %) i još manje onih (20,3 %) koji se slažu kako im je životni standard značajno porastao zbog turizma. Nadalje, 27,6 % ispitanika smatra kako su cijene proizvoda i usluga porasle zbog turizma te

kako novac zarađen u turizmu ne ostaje u gradu Buzetu (34,4 %). Naposljetku, gotovo polovica ispitanika (49,7 %) smatra kako razvoj osigurava ostanak mladih u gradu Buzetu.

Kada je riječ o sociokulturnim i ekološkim učincima turizma, ispitanici se uglavnom slažu kako turizam potiče očuvanje kulturne baštine (52,8 %) kao i zaštitu i unapređenje okoliša u gradu Buzetu (49,75) te se čak njih 61,4 % slaže kako turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića. Nadalje, 41,7 % dio ispitanika smatra kako se zbog razvoja turizma unapređuje infrastruktura grada Buzeta. Pored navedenog, nešto je manje onih (38,6%) koji se slažu kako se zbog turizma unapređuje ponuda sportsko-rekreacijskih sadržaja, dok se veliki dio ispitanika, čak 86,5%, slaže kako lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sadržaja u gradu upravo zbog razvoja turizma.

Grafikon 15. Percepcija lokalnog stanovništva – sociokulturni i ekološki učinci turizma



Napomena: 1- u potpunosti se ne slažem; 5- u potpunosti se slažem

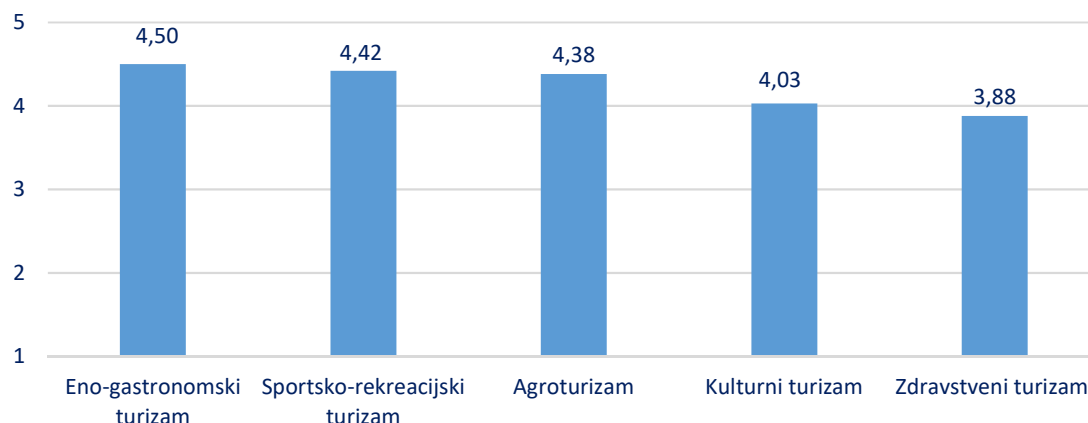
Izvor: Anketa lokalnih dionika grada Buzeta 2019

Ispitanici u većini smatraju kako turizam ne generira velike negativne sociokulturne ili ekološke učinke. Naime, većina ne smatra kako se zbog turizma javlja onečišćenje okoliša u gradu Buzetu (66,9 %), tek 9,9 % ispitanika smatra kako je turizam razlog neugodno prenatrpanim pješačkim i biciklističkim stazama, parkovima i/ili ostalim javnim prostorima grada, a još je manje onih koji drže da je turizam povećao stopu vandalizma i kriminala u gradu (6,8 %).

Zadnji dio istraživanja fokusirao se na buduće razvojne pravce razvoja turizma grada Buzeta kao i na utvrđivanje razine potpore te uključenosti lokalnih dionika u razvoj turizma.

S obzirom na iznimnu resursnu osnovu koju grad Buzet ima, posebice kada je riječ o bogatoj kulturnoj baštini, tradiciji i očuvanoj prirodi, područje grada ima veliki potencijal za razvoj niza specifičnih oblika turizma. U tom kontekstu velika većina ispitanika (88,1%) ističe eno-gastronomski turizam kao najznačajniji specifični oblik turizma za Buzet. Na drugom mjestu se izdvaja sportsko-rekreacijski turizam za kojeg 86,1 % ispitanik smatra da je vrlo važno razvijati na području grada, nakon čega redom slijede agroturizam i kulturni turizam. Među navedenim opcijama, sukladno stavovima lokalnog stanovništva, 72,4 % ispitanika smatra važnim razvijati i zdravstveni turizam.

Grafikon 16. Važnost razvoja pojedinih specifičnih oblika turizma na području grada Buzeta

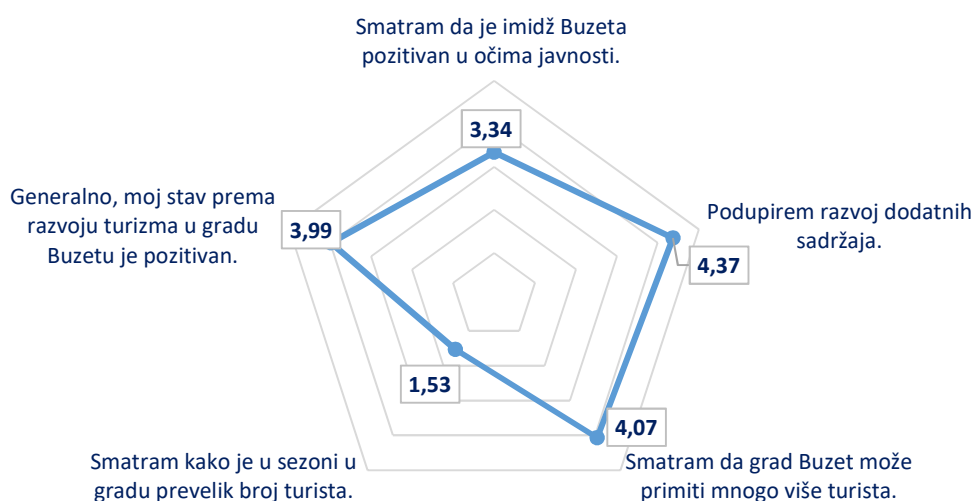


Napomena: 1- u potpunosti nevažno; 5- u potpunosti važno

Izvor: Anketa lokalnih dionika grada Buzeta 2019.

Nadalje, rezultati ukazuju kako se ispitanici uglavnom slažu da je imidž Buzeta pozitivan u očima javnosti koji dalje treba nadograđivati upravo kroz razvoj specifičnih oblika turizma. Sukladno rezultatima prezentiranim u slijedećem grafikonu, čak 86,5% ispitanika podupire razvoj dodatnih sadržaja na području grada Buzeta, primjerice razvoj zabavnih i sportskih sadržaja, otvaranje novih i unapređenje postojećih ugostiteljskih objekata i drugih sadržaja. Lokani dionici (76,7 %) smatraju kako grad Buzet može primiti mnogo više turista te ih vrlo malo (tek 4,9 %) smatra kako je u sezoni prevelik broj turista. Prethodno navedeno ukazuje na snažnu potporu daljnjem razvoju turizma na ovom području tim više što velika većina ispitanika, njih 70,5 %, izražava pozitivan stav prema razvoju turizma.

Grafikon 17. Stavovi ispitanika prema razvoju turizma grada Buzeta

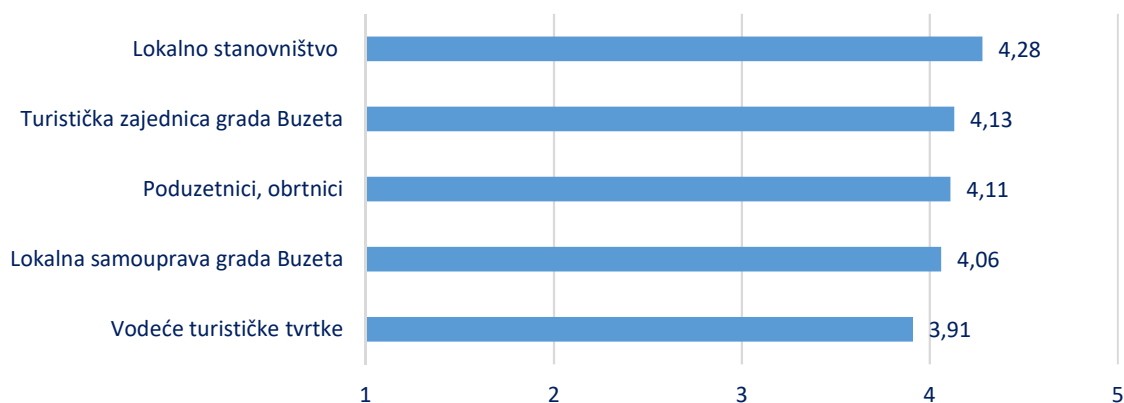


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

U kontekstu daljnjeg razvoja turizma, ispitanici prepoznaju lokalno stanovništvo kao najznačajnije dionike grada Buzeta u razvoju turizma. Naime, čak 82,2 % ispitanika smatra lokalno stanovništvo najvažnijim dionikom, potom slijede turistička zajednica grada Buzeta te poduzetnici i obrtnici. Vrlo značajnu ulogu u daljnjem razvoju turizma ispitanici vide i u lokalnoj samoupravi grada Buzeta.

Grafikon 18. Važnost pojedinih dionika za razvoj turizma grada Buzeta

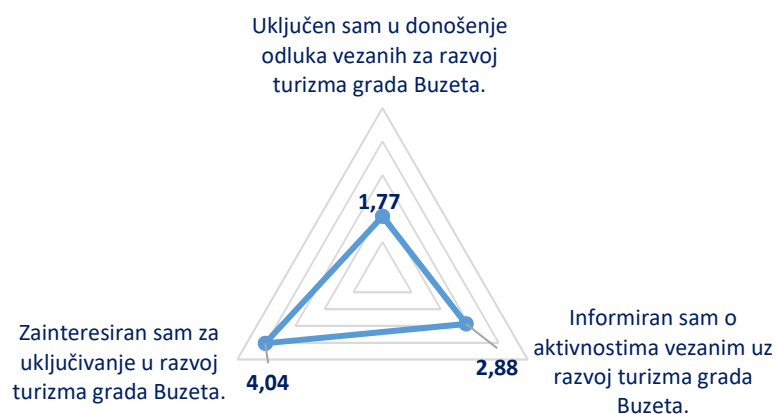


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Pored evidentne potpore lokalnog stanovništva daljnjem razvoju turizma, ispitanici izražavaju nisku razinu informiranja o aktivnostima vezanim uz razvoj turizma grada Buzeta, naime tek njih 38,1 % se slaže da su dovoljno informirani. Istovremeno, vrlo je malo i onih koji su uključeni u donošenje odluka vezanih za razvoj turizma grada (12,9 %). Izuzetno pozitivna činjenica proizašla iz rezultata ovog istraživanja odnosi se na to kako velika većina ispitanika, njih čak 74,9 %, pokazuje interes za aktivnim uključivanjem u razvoj turizma na području grada Buzeta.

Grafikon 19. Interes ispitanika za uključivanje u razvoj turizma grada Buzeta



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anketa lokalnog stanovništva grada Buzeta 2019.

Rezultati provedenog istraživanja potvrđuju snažnu potporu lokalnog stanovništva daljnjem razvoju turizma, no ukazuju i na visoku razinu kritičnosti kada je riječ o njihovom zadovoljstvu pojedinim elementima i obilježjima grada Buzeta. Navedeno ukazuje na potrebu daljnjeg unapređenja infrastrukture grada Buzeta i povećanje razine turističke valorizacije resursno-atraktivne osnove. Nadalje, ispitanici ukazuju i na potrebu unapređenja kvalitete smještajnih kapaciteta i objekata hrane i pića, ali i na povećanje razine korištenja lokalno proizvedene hrane i piće. Ispitanici su posebno istaknuli i važnost obogaćivanja i unapređenja ponude ostalih turističkih sadržaja na području grada Buzeta, posebice kada je riječ o ponudi zabavnih sadržaja. Pored navedenog, lokalno stanovništvo je iskazalo nižu razinu zadovoljstva promocijom i sustavom informiranja turista kao i radnom snagom te poslovnim okruženjem čime ukazuju na važnost uključivanja ovih elemenata u buduće aktivnosti vezane uz razvoj turizma ovog područja.

Unatoč tome što su rezultati pokazali kako ispitanici u dovoljnoj mjeri ne percipiraju značajne učinke turizma na području grada Buzeta, lokalno stanovništvo ipak iskazuje pozitivan stav i snažnu potporu njegovom razvoju. Posebno ističu važnost razvoja specifičnih oblika turizma i to u prvom redu eno-gastronomskog, sportsko-rekreacijskog, agro i kulturnog turizma. Iako ispitanici ukazuju na trenutno nisku razinu informiranosti i uključenosti u odlučivanje vezano uz razvoj turizma, značajno je naglasiti kako ih velika većina pokazuje interes za aktivno uključivanje u aktivnosti vezane za razvoj turizma, što je u kontekstu održivog razvoja turizma od iznimne važnosti. Pored navedenog, posebno je značajno naglasiti činjenicu da dionici upravo u lokalnom stanovništvu vide najvažnijeg aktera kada je riječ o razvoju turizma. Ovakvi stavovi ukazuju na vrlo visok stupanj odgovornosti i spremnosti lokalnih dionika za promjene u kojima žele aktivno sudjelovati. Takva potpora i pozitivan stav upućuje na osiguranje kvalitetnog i odgovornog razvoja turizma na području grada Buzeta.

4.2. Stavovi turista

Osim lokalnog stanovništva, vrlo je važna uloga i turista u održivom razvoju destinacije, zbog čega je potrebno pratiti i njihov stupanj zadovoljstva pojedinim elementima ponude. Budući su i oni učesnici u procesu planiranja razvoja turizma, od iznimnog su značaja njihove percepcije i gledišta na sam turizam u destinaciji. Navedeno bi trebalo pripomoći u realizaciji daljnjih razvojnih pravaca u destinaciji. U kontekstu izrade ove Strategije, provedeno je istraživanje stavova turista koji su posjetili grad Buzet u razdoblju od kolovoza do rujna mjeseca 2019. godine putem anketnih upitnika prikupljenih na terenu u direktnom kontaktu s turistima. Istraživanju je pristupilo 85 ispitanika. Temeljem tih podataka provedena je analiza čiji su rezultati prikazani u nastavku.

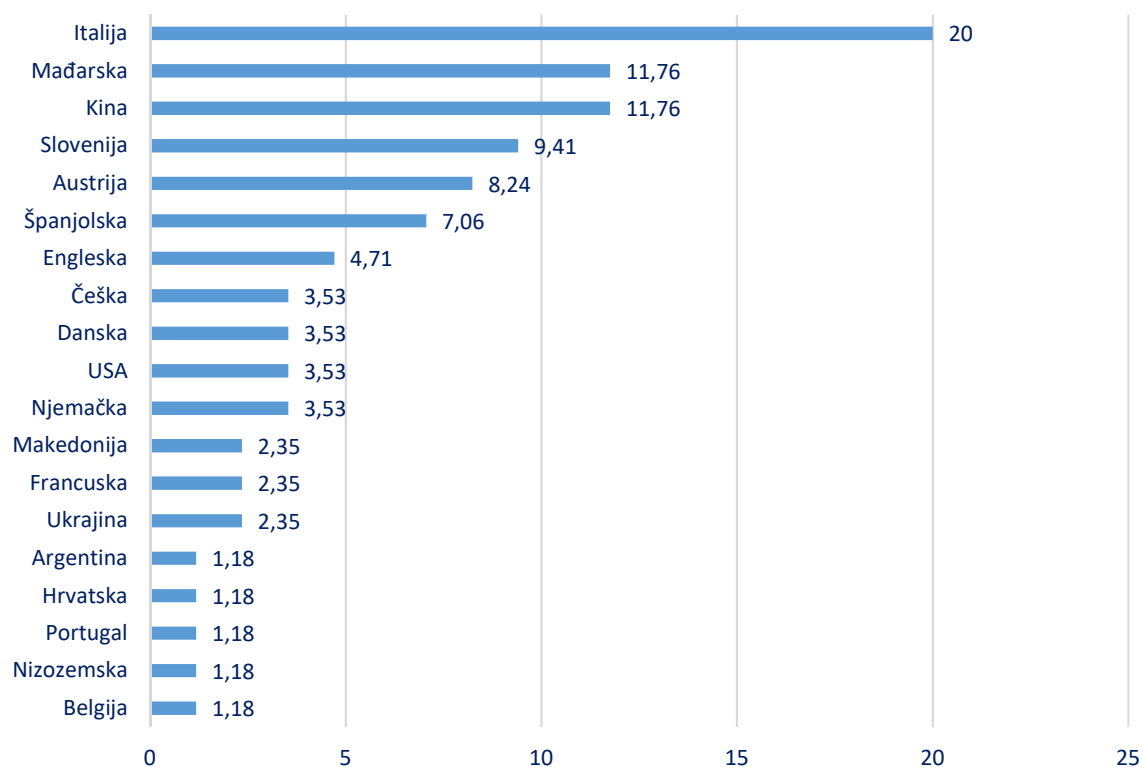
Tablica 26. Profil ispitanika (n=85)

Obilježje	%
<i>Spol</i>	
Muški	49,41
Ženski	50,59
<i>Dob</i>	
Manje od 25 godina	17,65
26 - 35 godina	22,35
36 - 45 godina	20
46 - 55 godina	18,82
56 - 65 godina	17,65
Više od 66 godina	3,53
<i>Obrazovanje</i>	
Srednja škola ili niže	23,53
Viša škola	30,59
Fakultet	27,06
Magisterij ili doktorat znanosti	18,82

Izvor: Anketa turista Grada Buzeta 2019.

S obzirom na spol ispitanika, u istraživanju je podjednaka zastupljenost žena i muškaraca. Najveći broj ispitanika spada u skupinu 26-35 godina (22,35 %) dok je najmanje onih koji su stariji od 65 godina (3,53 %). U obrazovnoj strukturi najveći broj zauzimaju oni koji su završili višu školu (30,59 %), zatim oni koji su završili fakultet (27,06 %) te iza njih slijede oni koji su završili srednju školu (23,53 %) i magisterij ili doktorat znanosti (18,82 %).

Grafikon 20. Ispitanici prema emitivnim tržištima u gradu Buzetu



Izvor: Anкета turista grada Buzeta 2019.

Najveći broj ispitanika dolazi iz Italije (20 %), zatim iz Mađarske (11,76 %) i Kine (11,76 %), dok ih najmanje dolazi iz Argentine, Portugala, Nizozemske i Belgije sa po 1,18 %.

U anketnom upitniku jedna grupa pitanja se odnosila na elemente ponude koji karakteriziraju grad Buzet gdje su ovi turisti ocjenjivali s ocjenama 1-5, gdje je ocjena 1 predstavljala da taj element uopće ne karakterizira grad Buzet, dok je ocjena 5 predstavljala da određeni element u potpunosti karakterizira grad Buzet.

U anketnom istraživanju se turistima nudilo nekoliko pitanja s više ponuđenih odgovora u kojima su se istraživali njihovi motivi dolaska, na koji način su došli do informacija vezanih za grad Buzet, na koji način su organizirali svoj posjet Buzetu, kolika je duljina njihovog boravka u destinaciji te koliko učestalo posjećuju grad Buzet.

Kod glavnih motiva dolaska većina ispitanika je navela *Nova iskustva i doživljaje, Gastronomiju i Pasivni odmor* dok ih je nešto manje kao motiv dolaska navelo *Posjet događanjima, Outdoor sportove i rekreaciju, Upoznavanje kulturnih znamenitosti, Posjet rodbini i prijateljima*. Najmanje ispitanih turista kao glavni motiv dolaska navodi *Upoznavanje prirodnih ljepota i Wellnes i zdravlje*. Na pitanje koje se odnosilo na koji način su saznali, odnosno došli do informacija o gradu Buzetu je većina ispitanih turista navela *Internet*, zatim *Preporuke rodbine i prijatelja, Turističke agencije, Prijašnji boravak* dok ih je najmanje kao izvor informacija navelo *Turističke sajmove i izložbe te Brošure, oglase i plakate*.

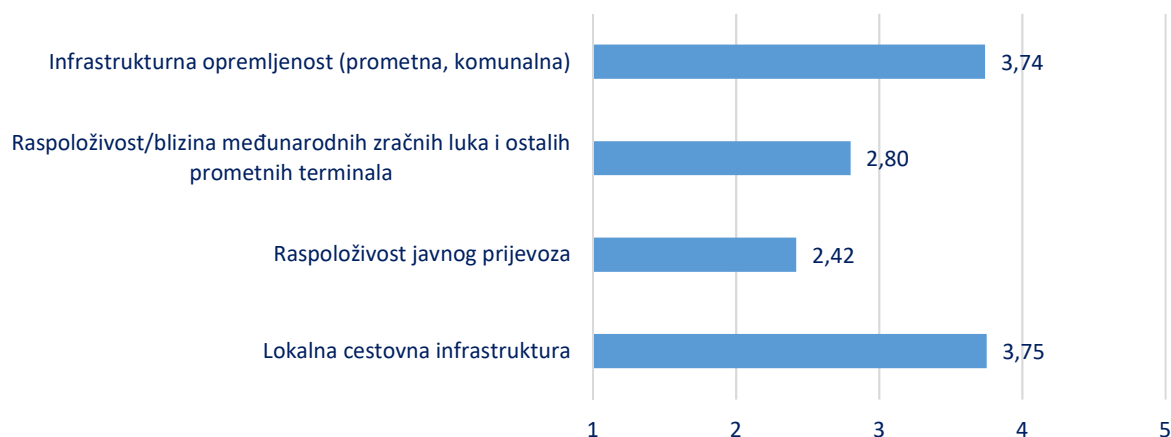
Kod pitanja na koji su način organizirali svoj posjet Buzetu, većina ispitanika je navela *Samostalno- osobni kontakt i Online agencije* dok ih je najmanje navelo *Turističke agencije i Web stranice smještajnog objekta*.

Većina ispitanih turista boravi u destinaciji 3-7 dana, nešto manje njih boravi 1-2 dana, a najmanje je onih koji u destinaciji ostaju 8 i više dana te je važno za napomenuti kako je većina tih ispitanika u Buzetu bila prvi put.

Prema dobivenoj prosječnoj ocjeni od 4,85 većina ispitanika smatra grad Buzet „gradom tartufa“, zatim „gradom vina“ (4,73) te najmanje percipiraju Buzeta kao „grad glagoljice“ (prosječna ocjena 3,66).

U sljedećoj kategoriji ocjenjivalo se zadovoljstvo elementima ponude u gradu Buzetu i to kroz dostupnost infrastrukture, resursno- atrakcijsku osnovu, smještajne kapacitete i objekte hrane i pića, ostale usluge, promocija i sustav informiranja turista.

Grafikon 21. Prosječne ocjene zadovoljstva turista - Dostupnost i infrastruktura

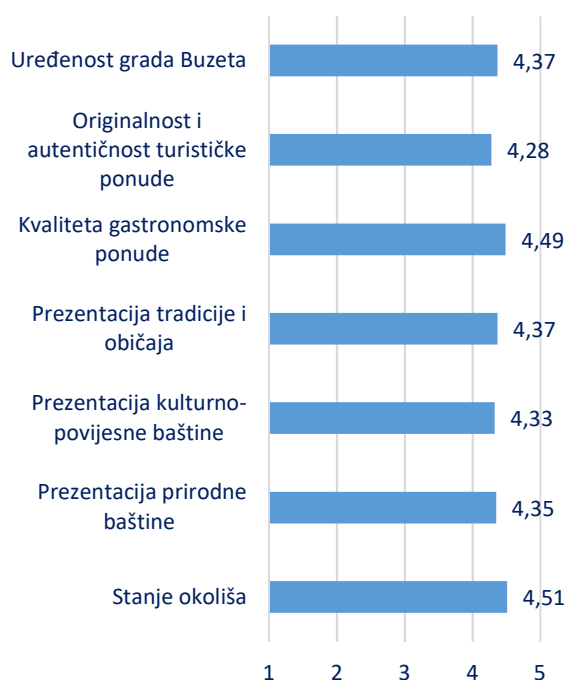


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anketa turista grada Buzeta 2019.

Analizirajući zadovoljstvo turista dostupnošću i infrastrukturom na području grada Buzeta, vidljivo je kako su turisti najzadovoljniji lokalnom cestovnom infrastrukturom (prosječna ocjena 3,75) i infrastrukturnom opremljenošću (3,74), dok su s druge strane najmanje zadovoljni blizinom međunarodnih zračnih luka (prosječna ocjena 2,80) i raspoloživošću javnog prijevoza (prosječna ocjena 2,42).

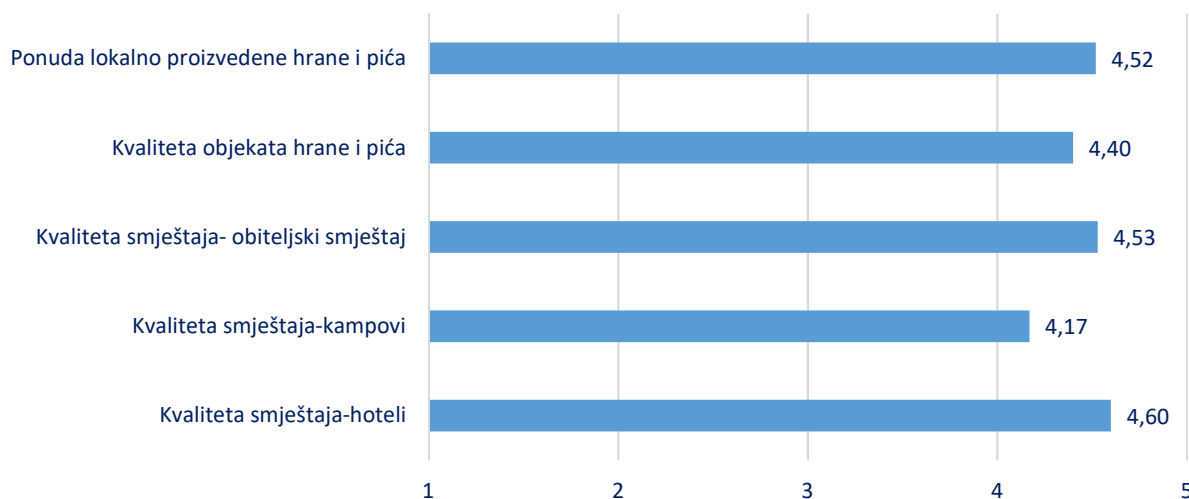
Grafikon 22. Prosječna ocjena zadovoljstva turista - Resursno-atraksijska osnova



Temeljem analiziranih anketa vezanih uz resursno-atraksijsku osnovu ispitanici iskazuju najveći stupanj zadovoljstva stanjem okoliša (4,51) i kvalitetom gastronomske ponude (4,49). Najniži stupanj zadovoljstva iskazali su za elemente: originalnost i autentičnost turističke ponude (4,28) te prezentacija kulturno povijesne baštine (4,33). U kontekstu resursno atrakcijske osnove ispitanici iskazuju vrlo visoko zadovoljstvo po svim elementima.

Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anketa turista grada Buzeta 2019.

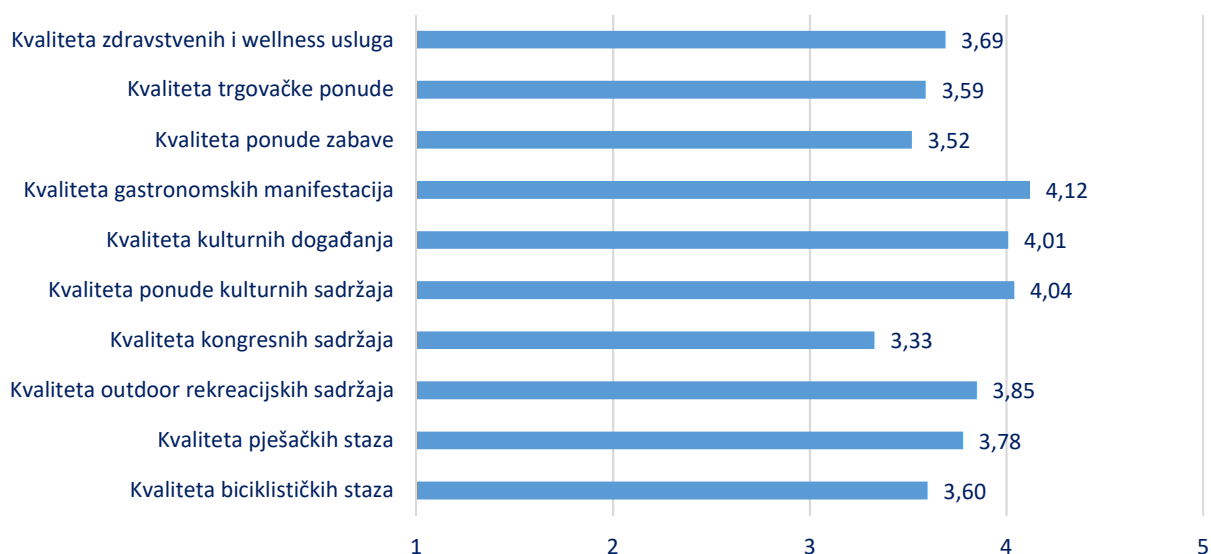
Grafikon 23. Prosječna ocjena zadovoljstva turista - Smještajni kapaciteti i objekti hrane i pića



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan
Izvor: Anketa turista grada Buzeta 2019.

Analizirajući zadovoljstvo ispitanika smještajnim kapacitetima i objektima hrane i pića na području grada Buzeta, vidljivo je kako su turisti veoma zadovoljni tim segmentom ponude. Najvišu ocjenu za kvalitetu su dobili hoteli (4,60), zatim obiteljski smještaj (4,53) nakon čega slijedi lokalno proizvedena hrana i piće, objekti hrane i pića te kampovi.

Grafikon 24. Prosječna ocjena zadovoljstva turista - Ostale usluge



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета turista grada Buzeta 2019.

Rezultati ukazuju kako su ispitanici najmanje zadovoljni kvalitetom kongresnih sadržaja (prosječna ocjena zadovoljstva je 3,33) te kvalitetom ponude zabave na području grada Buzeta (3,52). Niska ocjena kvalitete kongresnih sadržaja može se objasniti činjenicom da je anketiranje izvršeno u sezoni kada se ne organiziraju kongresi. Iz grafikona 24. se također može iščitati kako su zadovoljniji kvalitetom kulturnih sadržaja i gastronomskih događaja.

Grafikon 25. Prosječna ocjena zadovoljstva turista - Promocija i sustav informiranja turista



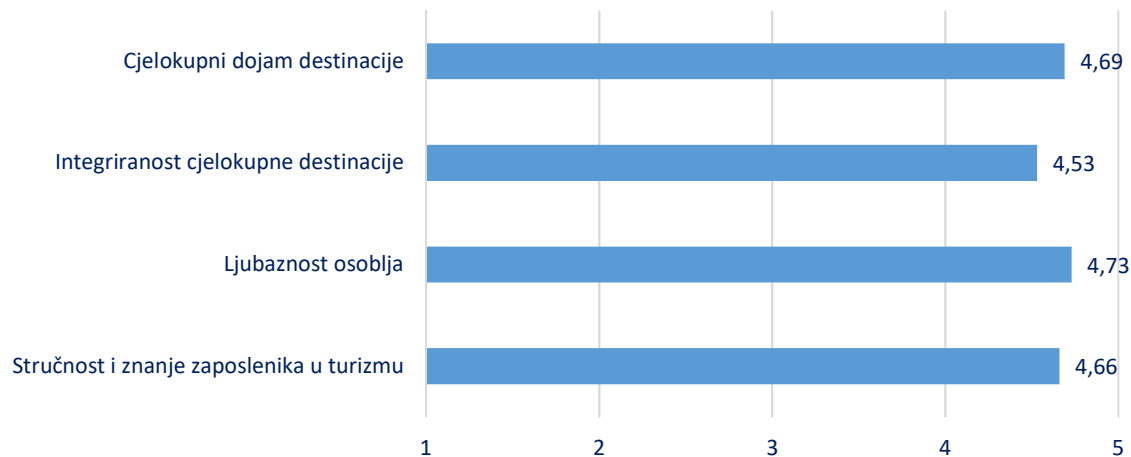
Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета turista grada Buzeta 2019.

Iz grafičkog prikaza, vidljivo kako su turisti najzadovoljniji dostupnošću interaktivne komunikacije u turističkoj promociji, kvalitetom informacija i promotivnih sadržaja na internetu i društvenim

mrežama te raznolikošću i kvalitetom promocijskih materijala. Nešto manje zadovoljni su kvalitetom turističke signalizacije te dostupnosti informacija o sportsko-rekreacijskim sadržajima i aktivnostima.

Grafikon 26. Prosječna ocjena zadovoljstva turista



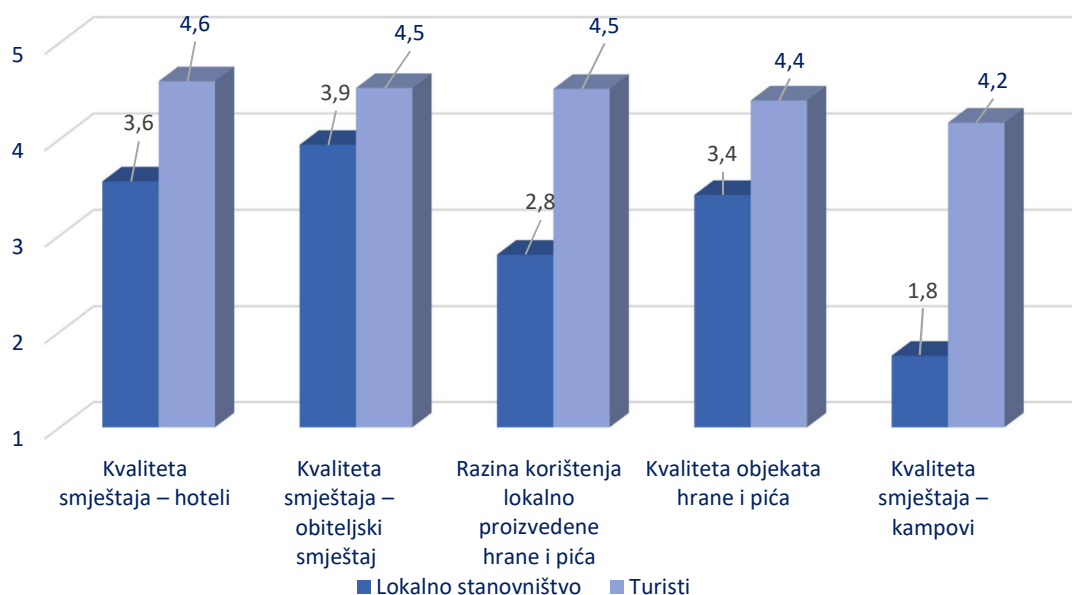
Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anketa turista grada Buzeta 2019.

Kako prikazuje grafikon 26. turisti su za sve elemente dali visoke ocjene gdje se posebno ističe ljubaznost osoblja uz cjelokupni dojam destinacije.

Kao određeni zaključak ovog poglavlja može se dati sljedeći grafikon koji iskazuje usporedne ocjene kvalitete smještajnih objekata lokalnog stanovništva i turista.

Grafikon 27. Zadovoljstvo ispitanika kvalitetom smještajnih kapaciteta i objekata hrane i pića

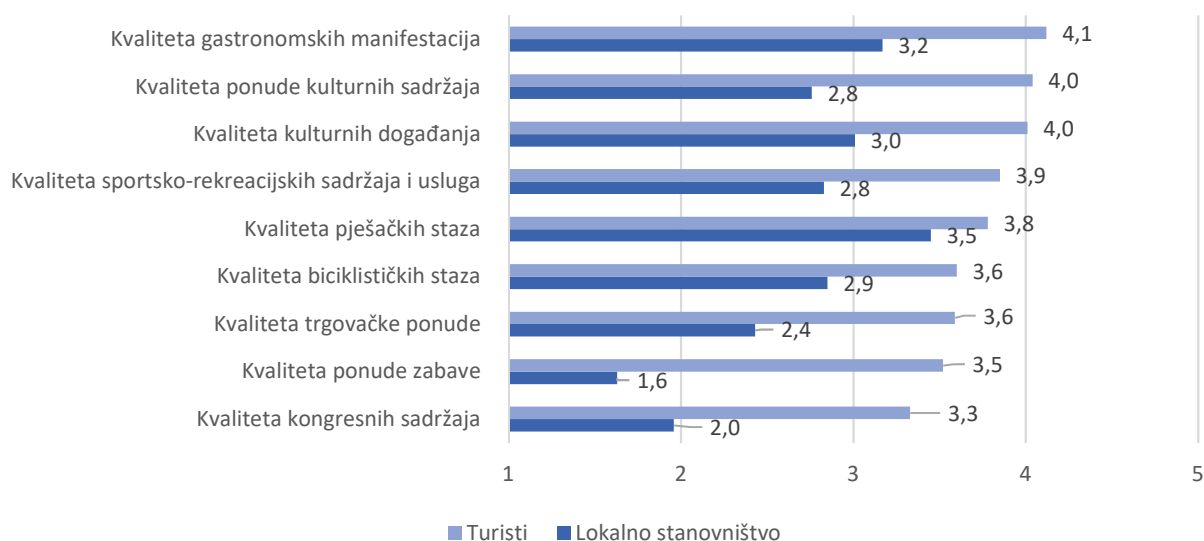


Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anketa lokalnog stanovništva i turista grada Buzeta 2019.

Turisti su prikazali veće zadovoljstvo svim elementima ocjenjivanja, što bi značilo da je lokalno stanovništvo kritičnije prema elementima turističke ponude.

Grafikon 28. Zadovoljstvo ispitanika ostalim proizvodima i uslugama



Napomena: 1- u potpunosti nezadovoljan; 5- u potpunosti zadovoljan

Izvor: Anкета lokalnog stanovništva i turista grada Buzeta 2019.

Kao što grafikon prikazuje kod ispitivanja zadovoljstva ostalim proizvodima i uslugama poput: kvalitete gastronomskih događaja, kvalitete ponude kulturnih sadržaja, kvalitete sportsko rekreacijskih sadržaja i usluga i slično, turisti iskazuju veće prosječne ocjene od lokalnog stanovništva u svim segmentima.

SAŽETAK

Rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva kao i stavova turista koji borave na području grada Buzeta daju vrijednu informaciju o tome kako različiti dionici percipiraju turističku ponudu grada. Istraživanje je pokazalo kako lokalno stanovništvo izražava značajno niži stupanj zadovoljstva u odnosu na turiste i to za gotovo svaki element turističke ponude. Naime, turisti koji su sudjelovali u pilot istraživanju daleko su zadovoljniji onime što im Buzet nudi, nego što to percipiraju lokalni dionici. Unatoč tome, evidentna je snažna podrška lokalnog stanovništva daljnjem razvoju turizma kao i njihov značajan interes za aktivnim uključivanjem u sve razvojne procese vezane uz turizam. Kritičnost lokalnog stanovništva ukazuje na njihovu visoku razinu svijesti o snagama i mogućnostima koje proizlaze iz bogatih resursa i potencijala grada Buzeta, što predstavlja podlogu i preduvjet za novi iskorak kada je riječ o turističkom razvoju ovog područja. Shodno navedenom, moguće je zaključiti kako su dionici spremni preuzeti odgovornost i pokrenuti promjene koje će Buzet učiniti prepoznatljivom, visokokvalitetnom i konkurentnom destinacijom na turističkom tržištu.

5. SWOT ANALIZA

Da bi se osigurao pregled nad svim utjecajnim činiteljima koji predstavljaju važne ulazne podatke za strateško planiranje nužno je izraditi SWOT matricu i prepoznati interne i eksterne utjecajne činitelje na razvoj turizma. Izrada SWOT matrice temeljila se na analizi postojećega stanja i rezultatima provedenoga anketnog istraživanja, uz uvažavanje neiskorištenih mogućnosti turističkoga razvoja unutar svih utjecajnih činitelja. Temeljno je polazište u traženju odgovora na pitanje, kako eliminirati slabosti i pretvoriti ih u snage, kako prijetnje pretvoriti u prilike a snage usmjeriti da bi se bolje iskoristile prilike. Naime, najprije su sagledane snage i slabosti kao rezultat internih utjecaja, a zatim prilike i prijetnje kao rezultat vanjskih utjecaja. Naglasak je na razvijanju onih aktivnosti, koje će grad Buzet usmjeravati ka turističkom prosperitetu po načelima održivoga razvoja, a eliminiranje onih aktivnosti, koje takav razvoj koče. Realno sagledati postojeće stanje u svim segmentima djelovanja, preduvjet je za ispravan odabir strategije. Izradom SWOT matrice postavljaju se temelji za izradu vizije, pojedinačnih strateških ciljeva, te strateških prioriteta razvoja turizma na području grada Buzeta.

Tablica 27. SWOT analiza turizma grada Buzeta

<p>SNAGE</p> <p>Brend „Buzet grad tartufa” Bogata kulturno – povijesna baština Geografski položaj Postojeći turistički događaji Gastro i eno turizam Blizina emitivnih tržišta Prometna povezanost Pozitivni turistički trendovi Očuvan okoliš Bogatstvo vodnim resursima Glagoljica Puno tipičnih i poznatih mjesta (Hum, Roč...) Poduzetni i radišni ljudi</p>	<p>SLABOSTI</p> <p>Nedovoljno valorizirani i iskorišteni prirodni, kulturni i drugi potencijali u razvoju turizma Neadekvatna struktura smještajnih kapaciteta Nedostatak ugostiteljskih objekata više kvalitete Nediferenciran proizvod u odnosu na ostale krajeve iz okruženja Slaba umreženost dionika u turizmu Nedovoljno razvijena ili neodržavanje turističke infrastrukture Nedostatak kvalitetne radne snage Unutar Grada Buzeta nedostatna prometna povezanost (autobus, turistički vlakić, taksi...) Nedovoljno financijskih sredstava za jače brendiranje i jače promotivne aktivnosti i promociju destinacije</p>
<p>PRILIKE</p> <p>Razvoj turističke kvalitete u Istarskoj županiji Rast potražnje na turističkom tržištu za gastro ponudom, outdoor sportskim turizmom, kulturnim turizmom Razvijeni zdravstveni turizam u okruženju Agroturizam i ekološka poljoprivreda Razvoj poslovnog turizma: team building, seminari, radionice Razvoj novih događaja Blizina izgrađenih turističkih atrakcija</p>	<p>PRIJETNJE</p> <p>Blizina konkurentnih destinacija u Istri i na Kvarneru Devastacija okoliša Demografski trendovi Problem nedostatka radne snage Pad kvalitete autohtonih proizvoda</p>

Izvor: Rezultat zajedničkog istraživanja Radne skupine i autora (radionica održana 16. rujna 2019. godine)

Može se zaključiti da u ovom segmentu postoje određene slabosti u odnosu na snage, ali isto tako i da postoje mnogobrojne prilike dâ se sustavno i kvalitetno pristupi njihovu rješavanju. Navedeno je ujedno i polazište da se u okviru Strategije definiraju ciljevi i strateški prioriteti, čijem će se rješavanju sustavno pristupiti, uvažavajući polazišta iz SWOT matrice.

6. ANALIZA NAJBOLJIH INOZEMNIH PRAKSI

Na suvremenom turističkom tržištu brojne su destinacije koje žele postati što konkurentnije i prepoznatljivije na temeljima svojih prirodnih i kulturnih vrijednosti te svojom turističkom i ugostiteljskom ponudom. Najkonkurentniji iskorak u budućnost ostvaruje destinacija koja najbrže prepozna nove trendove i potrebe suvremenog turističkog tržišta te ukupnost svoje ponude prilagodi takvim zahtjevima i potrebama putnika novog doba. U cilju takvih promišljanja budućnosti Buzeta i Bužeštine potrebno je analizirati najbolja iskustva inozemnih gradova koji su najbliži gradu Buzetu. U takvim analizama naglasak je dan na razvoj turističke ponude tih gradova.

U analizu najboljih inozemnih praksi uključena su tri grada i jedna općina i to: općina Bohinj (Slovenija), grad Eisenstadt (Austrija), grad Laško (Slovenija), i grad Montepulciano (Italija).

Tablica 28. Analiza inozemnih praksi koje su slične Gradu Buzetu

Elementi promatranja	Bohinj	Eisenstadt	Laško	Montepulciano
				
Kriterij sličnosti s Buzetom	Demografske karakteristike, raznoliko teritorijalno područje (66% teritorija unutar Nacionalnog parka Triglav), blizina poznatih turističkih središta (npr. Bled, Kranjska gora). Razvijena ponuda sportsko-rekreativnih aktivnosti.	Gastro i eno ponuda, razvijeno vinogradarstvo i voćarstvo, kulturni turizam grada Eisenstadta, blizina poznatih turističkih središta (npr. Beč).	Tradicija proizvodnje piva, izvori ljekovite vode (wellness i zdravstveni turizam), različitost sportsko-rekreativnih aktivnosti (pješačenje, biciklizam ili jahanje u Laškom i njegovom okruženju, ribolov na rijeci i ribnjaku, paraglajding itd.), kulturni turizam, raznolika gastro ponuda.	Položaj grada vrlo sličan Starom gradu u Buzetu, nalazi se u četvrtoj regiji po razvijenosti u Italiji – Toskani, blizina drugih turističkih središta (npr. Siena, Pisa, Montalcino, Pienza itd.) Panoramski pogled na doline. Poznata su vina Montepulciano (Vino Nobile di Montepulciano i Rosso di Montepulciano).
Veličina područja	333,7 km ²	42,91 km ²	198 km ²	165,33 km ²

Broj stanovnika	5.146	14.241	13.175	14.033
Najznačajniji turistički resursi	<p>Bohinjsko jezero, panoramska vožnja gondolom na planinu Vogel, kreativan svijet rijeke Mostnice, Slap Savica.</p> <p>Planšarski muzej u Staroj Fužini (tradicijsko stočarstvo, proizvodnja sira itd.), Oplenova hiša, Muzej Tomaža Godca.</p>	<p>Kulturni resursi (dvorac Esterházy (koncerti u Haydnovoj dvorani, vinarski muzej), Bergkirche sa Kalvarijom, Hydnova kuća, gradska vijećnica, Schlosspark.</p> <p>Vođene ture po različitim turističkim atrakcijama prilagođene različitim ciljnim skupinama.</p>	<p>Kulturna i prirodna baština (Crkva Sv. Martina, samostan Jurklošter, grad Tabor (11. st.)), razvijen termalni turizam (Terme Laško i Rimske terme).</p> <p>Pivovarna Laško - utemeljena 1825. godine nudi razgled proizvodnje piva, razgled Muzeja Pivovarne Laško, degustaciju piva i drugih proizvoda pivovare</p>	<p>Brojna kulturna baština (najznačajnija: Palazzo Communale, Palazzo Tarugi, Katedrala Santa Maria Assunta ili Duomo di Montepulciano, Santa Maria delle Grazie, Svetište Madonna di San Biagio I dr.).</p> <p>Muzeji: Museo Cívico i Museo della Tortura.</p> <p>Različitost ponude agroturističkih sadržaja (vinogradi, maslinici itd.)</p>
Gospodarstvo	Razvijena proizvodnja, energetika, građevinarstvo i turizam.	Trgovačko središte, važno vinogradarstvo i voćarstvo, tekstilna industrija, važna proizvodnja skija i metalnog posuđa te električne opreme.	Razvijena industrija piva, poljoprivreda, pčelarstvo, turizam.	Razvijena poljoprivreda i vinogradarstvo, turizam.
Događaji	Brojni događaji temeljeni na tradiciji Fužinarski dnevni – tradicija taljenja željeza, Festival cvjetja, Kravji bal, Etno vikend u Bohinj, Alpska večer, itd.	Različiti kulturni događaji npr. Međunarodni Haydnovi dani (svake godine u rujnu), ali i drugi npr. Dan vinograda u mjestu Kleinhöflein (krajem lipnja) itd.	Različiti događaji npr. Višednevni događaj Festival pivo in cvetje (Festival piva i cvijeća) koji povezuje pivo, cvjećarstvo, zabavnu i drugu glazbu; Karneval, blagdan sv. Jurja – Jurjevanje.	Različiti događaji: festival Fiera delle Tre Berte - prezentira regionalne poljoprivredne proizvode (autohtona gastro i eno ponuda); Bravio delle Botti (posljednji tjedan kolovoza) - integralna ponuda povijesnih elemenata sa tradicijskom gastronomijom.
Razvijenost turizma	Ljetna i zimska turistička sezona	Cjelogodišnje poslovanje	Cjelogodišnje poslovanje	Cjelogodišnje poslovanje
turistički smještaj	Hoteli, kampovi, privatne sobe, gostionice i dr.	Hoteli, apartmani, gostionice i dr.	Hoteli, apartmani, pansioni, turističke kmetije, planinske kuće i dr.	Hoteli, vile, ruralne kuće, apartmani i dr.

broj ostvarenih noćenja u 2018. godini	651.870	266.425	236.000	243.641
prosječna dužina boravka	2,73 dana	2,44 dana	3, 21 dan	2,45 dana
Turistička ponuda	Sportski i rekreativni sadržaji, gastroturizam, ponuda tradicijskih vrijednosti (npr. tradicijski događaji). Garanciju izvorno domaćih proizvoda turistu osigurava certifikat Bohinjsko (iz Bohinja) koji jamči originalnost s geografskim podrijetlom. Svi proizvodi i usluge certificirani su prema strogim standardima i kriterijima poštujući tradicionalne vrijednosti, lokalne sirovine i sastojke.	Tradicionalna gastro i eno ponuda, kulturni turizam.	Wellness, zdravstveni i sportski turizam, planinarske i pješačke staze, biciklizam, kulturni turizam, ponuda programa za osobe s posebnim potrebama. Dobitnik nagrade EDEN 2013. godine, za turizam koji je prilagođen djeci, starijima, bolesnima i osobama s posebnim potrebama	Eno i gastro ponuda, kulturno – povijesna baština, turizam naslijeđa.

Bohinj, Slovenija

S obzirom na broj stanovnika i raznolikost prostora Bohinj je vrlo slična destinaciji Buzet, ali u turizmu ima puno veću prepoznatljivost. Jedna je od najznačajnijih turističkih destinacija Slovenije koja nudi kompletan proizvod temeljen na prirodnoj resursnoj osnovi koja je integrirana sa tradicijskim vrijednostima, autohtonom gastronomskom ponudom i događajima koji se temelje na naslijeđu.

Eisenstadt, Austrija

Grad je razvio svoju turističku priču i na eno-gastronomskoj ponudi (osobito vinogradarstvu) što predstavlja poveznicu s Buzetom. Osim toga, kasna gotička crkva, koja stoji na brdu, datira iz 15. stoljeća poveznica je sa Starim gradom Buzetom. Vođene različite tematske ture po gradu za grupe otvaraju prostor svim zainteresiranim posjetiteljima da pronađu ono što je područje njihova interesa. Interesantni su programi za djecu (kao ciljnu skupinu) koji se odvijaju na različitim lokacijama u gradu i okolici. Grad Eisenstadt je grad koji pokazuje kako se sinergijskim djelovanjem zainteresiranih poduzetnika, poljoprivrednika, kreatora turističkog razvoja može stvoriti prepoznatljiva turistička destinacija.

Laško, Slovenija

Turistička destinacija koja je svojom resursnom osnovom vrlo slična Buzetu je i Laško, mali gradić koji se nalazi u istočnom dijelu Slovenije. Destinacija Laško je uzeta kao primjer dobre prakse prvenstveno zbog proizvodnje piva (čiju proizvodnju ima i Buzet) i sinergije te proizvodnje s ukupnim destinacijskim proizvodom. Buzet je jedini grad koji ima na području Istre pivovaru i potencijal da se sinergijski razvija proizvod uz gastronomsku ponudu (tartufe i dr). Blizina Istarskih toplica dodatno ide u prilog da se Laško promatra kao zanimljiva destinacija.

Montepulciano, Italija

S obzirom na raznolikost prostora Montepulciano je vrlo slična destinaciji Buzet, ali u turizmu ima puno veću prepoznatljivost baš zbog svog smještaja u izrazito razvijenoj regiji Italije – Toskani u kojoj su i ona mjesta koja nisu uz more ostvarila svoju turističku prepoznatljivost. Montepulciano nudi kompletan proizvod temeljen na prirodnoj resursnoj osnovi koja je integrirana sa tradicijskim vrijednostima (kulturno-povijesnoj baštini) i autohtonoj gastronomskoj ponudi te bogatoj enoponudi.

SAŽETAK

Na suvremenom turističkom tržištu brojne destinacije grade svoju specifičnu prepoznatljivost na temelju svojih prirodnih i kulturnih vrijednosti te turističkom i ugostiteljskom nadogradnjom. Buzet je grad specifičnih prirodnih resursa i kulturno-povijesnih baštine koju treba integralnom destinacijskom ponudom pretvoriti u prepoznatljiv i konkurentan grad na turističkom tržištu. Zbog toga potrebno je uzeti primjere dobrih praksi gradova sličnih Buzeta i pretvoriti vlastite resurse u konkurentske prednosti grada Buzeta. Bohinj je destinacija koja brojem stanovnika i raznolikosti prostora vrlo slična Buzetu te je jedna od slovenskih destinacija koja nudi integrirani proizvod temeljen na prirodnim resursima (outdoor) te kulturno-povijesnoj-baštini, gastronomiji i događajima. Eisenstadt u Austriji je gradić čija turistička priča je također počiva na kulturno-povijesnoj baštini integriranoj s eno-gastronomskom ponudom i čije sinergijsko djelovanje dionika stvara prepoznatljivu destinaciju. Pozitivnim primjerom i integracijom djelovanja dionika u stvaranju turističke ponude razmatralo se i Laško u Sloveniji s posebnim naglaskom na proizvodnju piva i gastronomiju te zdravstveni turizam. Primjer iz Italije, grad Montepulciano s obzirom na prostor je vrlo sličan Buzetu koji je svoj turistički proizvod razvio na specifičnostima prirodnih i kulturnih resursa integriranoj s autohtonom gastronomskom i bogatom enoponudom. Primjeri dobre prakse govore u prilog da samo integracijom svih destinacijskih elemenata može se stvoriti potpuna turistička ponuda i zadovoljiti suvremene potrebe turista, a time i ostvariti prepoznatljivost na tržištu.

7. VIZIJA I MISIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA BUZETA

Vizija razvoja grada Buzeta predstavlja temeljnu stratešku odrednicu ukupnog razvoja grada u planskom razdoblju Strategije (do 2026. godine), odnosno predstavlja svojevrsan pogled u budućnost. Razvoj turizma potiče se ponajprije u cilju kvalitetnijega života lokalnoga stanovništva, ali i razvoja cjelokupnog gospodarstva te očuvanja kulturno povijesne baštine. Sukladno postojećim obilježjima i budućem pozicioniranju, a na temelju objektivnih razvojnih mogućnosti iskazana je vizija grada kako slijedi:

Buzet – destinacija gostoljubivih domaćina, vrhunske gastronomije i outdoor avantura, nadahnuta tradicijom te bogatom kulturnom baštinom

Vrlo je važno da se svi dionici (lokalna samouprava, privatni sektor, stanovništvo, udruge) slože oko vizije, prihvate ju i svojim djelovanjem podupiru te teže k njenoj realizaciji.

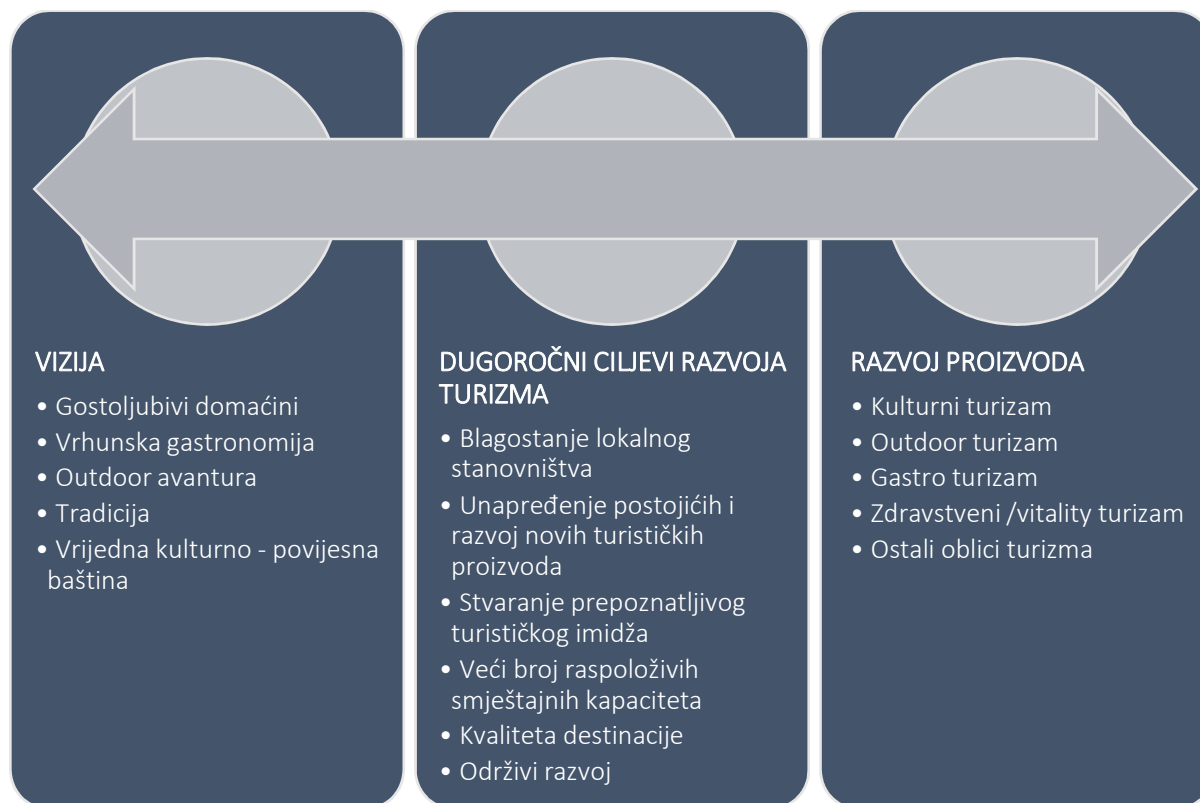
S ciljem ostvarenja navedene vizije potrebno je definirati ulogu i zadatke destinacijskoga menadžmenta, te izgraditi mrežu odnosa subjekata koji su izravno ili neizravno vezani uz turistički razvoj.

U svrhu izgrađivanja prepoznatljivosti destinacije potrebno je:

- definirati tržište i ciljne skupine
- organizirati, diferencirati, te kvantitativno i kvalitativno obogatiti turističku ponudu
- unaprijediti menadžment destinacije
- osmisliti nove i dalje razvijati postojeće turističke proizvode.

Dugoročni je cilj razvoja turizma grada Buzeta prvenstveno blagostanje lokalnoga stanovništva i ostvarenje ekonomskoga prosperiteta, uz maksimalno moguće očuvanje prirodnoga okoliša i kulturno-povijesne baštine.

Slika 7. Vizija i razvoj proizvoda u funkciji ostvarenja dugoročnih ciljeva razvoja turizma grada Buzeta



Izvor: Obrada autora

Navedeni ciljevi moraju biti u funkciji optimalizacije koristi između lokalnog stanovništva, turista i nositelja turističke ponude. Turistički proizvodi ove destinacije uklapaju se u sustav turističke ponude Istarske županije, koji samo objedinjenom ponudom mogu postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnom globalnom turističkom tržištu. Turistički proizvodi ove destinacije nadograđuju se s turističkim proizvodima susjednih destinacija, zajedno tvoreći integralni turistički proizvod.

Misija se promatra kao početni korak u strateškom planiranju, objašnjava ulogu grada u gospodarstvu i društvu. Misija grada Buzeta mora dati odgovor na pitanje "Zašto postojimo i koji su nam glavni ciljevi i ključne informacije na putu do uspjeha – koja je naša uloga u društvu, odnosno koje potrebe u tom društvu trebamo zadovoljiti". Do misije turizma grada Buzeta došlo se interaktivnim pristupom traženja odgovora na gornja pitanja, a može se izraziti kao:

Grad Buzet središte povijesne, kulturne i gospodarske mikroregije Bužeštine, razvija turizam s naglaskom na gastro, outdoor, kulturnu i povijesnu baštinu te vitality ponudu. Povoljni geoprometni položaj te očuvanost prirode i kvaliteta pitke vode predstavlja potencijal za nove turističke događaje. Temelji održivi razvoj na resursima svog teritorija.

8. STRATEŠKI CILJEVI I PRIORITETI RAZVOJA TURIZMA GRADA BUZETA

Sukladno učinjenoj analizi stanja, istraživanjima stavova lokalnog stanovništva, turista, održanim radionicama, definiranoj SWOT matrici, definirani su vizija, strateški ciljevi, prioriteti i mjere za razvoj turizma na području grada Buzeta.

Slika 8. Strateški ciljevi i prioriteti za razvoj turizma grada Buzeta



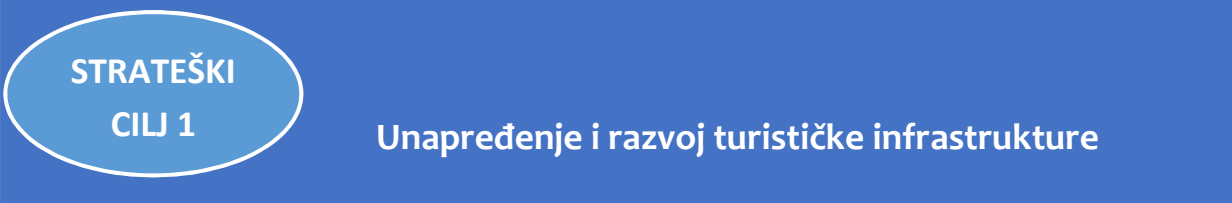
Izvor: Rezultat zajedničkog istraživanja i rezultata Radne grupe i Partnerskoga vijeća.

Gornja tablica sadrži strukturu strateških ciljeva, na njima temeljenim prioritetima koji će u nastavku biti predmetom detaljnije razrade. Osim toga u Strategiji će biti dan i popis mjera koji će se izložiti u akcijskom planu.


8.1. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture

Turistička infrastruktura jedan je od važnijih preduvjeta razvoja turizma. Kako bi Buzet izgradio imidž destinacije u kojoj se mogu doživjeti autentični doživljaji od iznimne važnosti je osigurati potrebnu infrastrukturu u smislu diverzifikacije i povećanja kvalitete smještajnih kapaciteta, razvoja i unapređenja outdoor infrastrukture, valorizacije i očuvanja kulturno-povijesne baštine te unapređenje prometne povezanosti. Ulaganjem u javnu turističku infrastrukturu stvara se nova atrakcijska osnova i novi motivi dolaska gostiju. Realizacijom svih navedenih prioriteta doprinijeti će se povećanoj razini kvalitete turističke ponude grada Buzeta. U prikazima koji slijede predstaviti će se zasebno svaki prioritet. Mjere kojima će se oni ostvariti predstaviti će se u akcijskom planu odnosno u poglavlju 8.4.

8.1.1. Diversifikacija i povećanje kvalitete i broja smještajnih kapaciteta

<div style="text-align: center;">  </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 1.1. Diversifikacija i povećanje kvalitete i broja smještajnih kapaciteta	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je povećati broj i prilagoditi ponudu smještajnih kapaciteta uz poštovanje suvremenih potreba turista.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	Smještajni kapaciteti jedan su od osnovnih preduvjeta za razvoj turizma pa je svrha ove mjere da se postojeći smještajni kapaciteti unaprijede i prilagode svoju ponudu potrebama tržišta te da se razviju novi koji će biti prilagođeni potrebama turista i turističkoj ponudi karakterističnoj za grad Buzet. Istarska županija i grad Buzet bi jednom godišnje trebali objavljivati pozive za dodjelu poticajnih sredstava za izgradnju, opremanje i obnovu smještajnih kapaciteta. Poticajna sredstva trebala bi se dodjeljivati i za: dogradnju i/ili adaptaciju smještajnih objekata te ulaganje u uređenje turističkih sadržaja. Također treba podupirati inicijative privatnog i javnog sektora u smjeru otvaranja privatnih tematskih smještajnih objekata poput biciklističkih ili vinskih malih hotela. U razvijenim kontinentalnim turističkim destinacijama jedna od vrsti smještaja je agroturizam kome je osnovna aktivnost poljoprivredna proizvodnja, a dodatna smještaj i prehrana gostiju. U Buzetu veliki potencijal imaju ruralne kuće za odmor – adaptirana tradicionalna kuća kod koje se poštuju uvjeti ambijentalne i tradicijske arhitekture i gradnje. Ruralni bed & breakfast podrazumijeva domaćinstvo koje uz uslugu noćenja nudi i domaći doručak. Na području grada važnu ulogu imaju Stari grad, Hum i Roč koji trebaju ponuditi visoku razinu i kvalitetu usluge. Potencijal smještaja ogleda se u kamping i glamping turizmu te tematskim hotelima.
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Privatna inicijativa, Ministarstvo turizma, Grad Buzet, Istarska županija</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Dodatna smještajna ponuda • Veća kvaliteta smještaja • Raznovrsna smještajna ponuda

8.1.2. Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture

<div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: right;"> <h3>Unapređenje i razvoj turističke infrastrukture</h3> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 1.2. – Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je unaprijediti osnovu <i>outdoor</i> sportskog turizma grada Buzeta kroz održavanje postojeće infrastrukture, odnosno kvalitativno i kvantitativno unapređenje iste.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p>Prirodne i antropogene specifičnosti čine Bužeštinu jedinstvenom u okruženju turistički bolje razvijene regije Istre. Reljefna raznolikost, vodno i šumsko bogatstvo u području očuvane kulturno-povijesne baštine argumentiraju potrebu za održavanjem postojeće, odnosno stvaranjem nove turističke infrastrukture.</p> <p>Regija Istra pozicionira se i kao destinacija <i>outdoor</i> sportova te prednjači planskim razvojem <i>outdoor</i> turizma u Republici Hrvatskoj. <i>Istra Outdoor</i> objedinjava fokus regionalnog turizma na potražnju biciklističkog turizma (<i>Istra Bike</i>), pješačkog ili trkačkog turizma (<i>Istra Trails</i>) te penjanja (<i>Istra Climbing</i>) i kajakinga (<i>Istra Kayaking</i>). U kontekstu toga, pri unapređenju postojeće i stvaranju nove infrastrukturne osnove za bavljenje <i>outdoor</i> sportovima u Buzetu, regionalna pripadnost Istri otvara mogućnosti valorizacije takvih napora kroz plasiranje proizvoda <i>outdoor</i> sportskog turizma na međunarodnom tržištu. Istra ima i <i>Operativni plan razvoja cikloturizma</i> iz kojeg je evidentno kako je ponudu Buzeta za biciklističke turiste moguće razvijati i uz regionalnu podršku.</p> <p>Infrastruktura raznih sportova na otvorenom osnova je <i>Buzet Outdoor</i> ponude. Analiza trenutnog stanja infrastrukture ukazuje na potrebne kvalitativne i kvantitativne pomake kako bi taj vid ponude Bužeštine zaživio u skladu s utvrđenim potencijalom. Jaz između atraktivnosti bužetskog <i>outdoora</i> i stvarnog značaja u 2019. poziva na ulaganja u održavanje, uređenje i/ili izgradnju biciklističkih staza, <i>trail</i> (trkačkih) i pješačkih površina, te penjačkih i letačkih lokacija.</p> <p>Postojeća <i>outdoor</i> infrastruktura Buzeta razlikuje se stanjem, brojem i namjenom. Neki oblici <i>outdoor</i> ponude ograničeni su infrastrukturom i ne mogu posjetiteljima destinacije ponuditi mnogo više od prepoznatljivih događaja (kao što je slučaj s brdskim auto sportom). Također, zbog razlike u načinu korištenja prirodnog okruženja u odnosu na druge (nemotorizirane) turiste, razvoj enduro motociklizma treba promisliti na razini destinacijskog menadžmenta i sukladno primarnoj orijentaciji <i>outdoor</i> ponude kontrolirati njegov razvoj.</p> <p>Druge su aktivnosti (poput penjanja i parajedriličarstva) već na određenom stupnju razvoja te je ponudu tih sportova potrebno dodatno profilirati i unaprijediti bazirano održavanju postojeće infrastrukture i kvalitativnim pomacima. Brdski biciklizam i <i>trail</i> trčanje se zbog trendova na tržištu potražnje i postojećih preduvjeta u području, ali i zbog velikog prostora za unapređenje ponude, ubrajaju u aktivnosti najvećeg razvojnog potencijala Buzeta, što je trenutno vrlo ograničeno infrastrukturnom osnovom.</p>
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Grad Buzet, TZ Grada Buzet, IRTA Bike&outdoor, sportski klubovi i udruge, ponuđači usluga pojedinih outdoor sportova</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje i obilježavanje postojeće infrastrukture <i>outdoor</i> sportskog turizma (brdskog biciklizma, <i>trail</i> trčanja, penjanja, parajedriličarstva, pješačenja/planinarenja) • Stvaranje nove infrastrukture <i>outdoor</i> sportskog turizma

8.1.3. Valorizacija i očuvanje kulturno - povijesne baštine

<div style="text-align: center;"> STRATEŠKI CILJ 1 </div> Unapređenje i razvoj turističke infrastrukture	
STRATEŠKI PRIORITET 1.3. Valorizacija i očuvanje kulturno-povijesne baštine	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je postojeću kulturno-povijesnu baštinu, koja do sada nije bila turistički prepoznatljiva, valorizirati i očuvati kako bi postala dijelom integralnog turističkog proizvoda destinacije. Ovim će kulturno-povijesna baština postati primarni motiv dolaska onom dijelu turista koji su motivirani poviješću i kulturom destinacija
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p>Suvremene turističke destinacije konkuriraju svojim kulturnim atrakcijama na turističkom tržištu pa je stoga i područje grada Buzeta destinacija koja svojom vrijednom kulturno-povijesnom baštinom može pojačati vidljivost na turističkom tržištu. Osobito je značajno uređenje i valorizacija starog grada Buzeta kao do sada nedostatno prepoznatljive kulturne atrakcije. U tom smjeru potrebno je obnoviti i urediti značajnije građevine kao što su palača Moretti koja bi bila interpretacijski centar starih zanata te zgrade nazvane Karolinina kuća koja bi bila edukacijski, izložbeni i znanstveni prostor namijenjen prezentaciji upotrebe samoniklog i ljekovitog bilja po starim recepturama.</p> <p>Spomenički kompleks Aleju glagoljaša Roč – Hum koji nije dovoljno turistički valoriziran potrebno je obnoviti i urediti te razraditi suvremeni multimedijски interpretacijski sustav glagoljske baštine čiji bi centar bio u Muzeju glagoljice smještenom u podnožju Roča. Muzej glagoljice bio bi jedinstveni muzej posvećen staroslavenskom pismu glagoljici, a postao bi i centrom edukacije i istraživanja glagoljske baštine. Roč je prepoznat i po sviranju na dijatlonskim harmonikama – trieština pa je stoga potrebno tu baštinu i kvalitetno prezentirati što se može ostvariti uređenjem i otvaranjem interpretacijskog centra Kuća trieštine u Roču.</p> <p>Na Buzetskom području postoji i vrijedna industrijska baština, a to je prvi rudnik boksita u Europi - Minjera koji se nalazi pod Sovinjakom i čijom bi se obnovom, zaštitom i interpretacijom stvorile mogućnosti za još jednom kulturnom turističkom atrakcijom.</p> <p>Vrh i Kotli su kao specifične kulturno-povijesne sredine s prirodnim atrakcijama. Potrebno ih je očuvati i obnoviti te urediti suvremenim načinom interpretacije te postaviti infrastrukturu (npr. klupice, urediti prilaze Kotlima). Hum kao najmanji grad na svijetu potrebno je dodatno valorizirati u smjeru grada rakije biske čija receptura potječe iz Huma. Potrebno je ovu vrijednu baštinu dodatno prezentirati i prikazati u određenom prostoru. Hum bi dodatno ostvario svoju prepoznatljivost otvaranjem interpretacijskog centra Kuća biske koja bi posjetiteljima omogućila stjecanje znanja o ovoj specifičnoj humskoj rakiji.</p>
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Grad Buzet, Turistička zajednica Grada Buzeta, privatna inicijativa</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Revitalizacija kulturno – povijesne baštine • Otvaranje novih kulturnih sadržaja koje će se postati motiv dolaska u destinaciju

8.1.4. Unapređenje prometne povezanosti

STRATEŠKI CILJ 1	
Unapređenje i razvoj turističke infrastrukture	
STRATEŠKI PRIORITET 1.4. Unapređenje prometne povezanosti	
CILJ PRIORITETA	Cilj ovog prioriteta je uspostavljanje prometne povezanosti između svih naselja grada Buzeta.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	U uvjetima realnog predviđanja stalnog porasta broja vozila na cestama, te uz realizaciju projekata koji će utjecati na značajniji rast atraktivnosti Buzeta kao turističke destinacije, nužna su nova ulaganja u unapređenje prometne infrastrukture grada. Grad Buzet obiluje turističkim atrakcijama na raznim lokacijama svojeg prostora, a pojedine prometnice nisu prilagođene velikom i intenzivnom prometu. Iz tog razloga bi bilo potrebno uvesti razne oblike alternativnog prijevoza poput turističkog vlaka, autobusa, bicikala... kojima bi se povezivala razna mjesta na području Grada. Na taj način bi se mogla intenzivirati i prilagoditi turistička ponuda, ali bi se i mogao smanjiti ekološki otisak koji se ostvaruje od turizma, odnosno smanjiti zagađenje. Organizirani prijevoz bi mogao imati i različita tematska obilježja npr. kulturna ruta, tartufarska ruta, gastro ruta, sportska ruta...
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Turistička zajednica Grada Buzeta, privatna inicijativa, Grad Buzet</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none">• Povećanje turističke atraktivnosti;• Smanjenje zagađenja;• Smanjenje prometnog opterećenja;• Zadovoljstvo turista i svih dionika turističke ponude

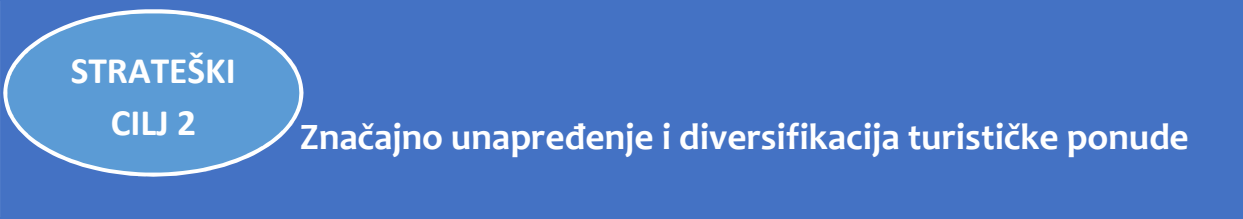
8.2. Značajno unapređenje i diversifikacija turističke ponude

Buzet je turistička destinacija s prepoznatljivim proizvodima sportskog (*outdoor*), kulturnog, gastro turizma te s pojedinačnim inicijativama razvoja drugih specifičnih oblika turizma (npr. edukacijski, zdravstveni, tranzitni, itd.). Promatrajući kao cjelinu turističku ponudu destinacije Buzet, svi spomenuti specifični oblici turizma različiti su po svom stupnju razvoja na kojem se trenutačno nalaze s posebnim naglaskom koliko pojedini oblik turizma predstavlja jak motiv dolaska u destinaciju. U Buzetu je primarni motiv pojedinih oblika turizma najčešće determiniran događajima koji tematski pripadaju pojedinom specifičnom obliku turizma (npr. Subotina po starinski, Z armoniku v Roč (kulturni turizam s posebnim naglaskom na tradicijske događaje), Buzetski dani, 100 milja Istre (sportski turizam), Festival istarskih tartufa, Smotra istarskih rakija (gastro turizam), itd.). Događaji će i u budućnosti dati pečat turističkoj ponudi Buzeta, ali s naglašenim zajedničkim djelovanjem svih dionika te uz lokalnu zajednicu kao jednog vrlo važnog dionika, koja je prepoznata po svojoj gostoljubivosti i želji za razvojem Buzeta i Buzeštine. Prisutni trend na turističkom tržištu je kombinacija događaja s više elemenata ponude ili jednog na više lokacija ili istog događaja više puta tijekom godine što se može primijeniti i na Buzeštini koja sa svojim specifičnim prostorima pruža velike mogućnosti u tom smjeru.

Uz najčešći primarni motiv odmora, suvremene destinacije pa tako i Buzet nastoje pružiti turistu integralan proizvod sa što višom razinom kvalitete pojedinih elemenata turističke ponude u čemu

je vrlo važno integrirano djelovanje svih dionika uključenih u njeno stvaranje. Sportski turizam je svojim događajima prepoznatljiv na tržištu te je u tom smjeru potrebno unaprijediti i ojačati sinergijsko djelovanje svih uključenih u razvoj različitih *outdoor* aktivnosti. Turistički paketi koji nude integralan proizvod povezivanja aktivnog odmora s kulturno-povijesnim atrakcijama te gastro ponudom mogu pridonijeti diverzifikaciji sportskog turizma i unapređenju postojećeg stanja koje je prvenstveno usmjereno na događaje (npr. automobilizam i dr.). Nadalje potrebna su dodatna programska poboljšanja u segmentu *outdoor* aktivnosti npr. cikloturizma i sportskog penjanja, i sl. Ovakvo strategijsko djelovanje omogućilo bi smanjenje izražene sezonalnosti turističkih kretanja. Kultura vrlo često predstavlja dodatnu ponudu tijekom boravka u destinaciji, što znači da je primaran neki drugi motiv (npr. gastro, sportski itd.). Trenutačno u Buzetu postoje one kulturno-turističke atrakcije koje su primarni motiv dolaska u turističku destinaciju, ali s problemima nedovoljne diverzifikacije i s naglašenom potrebom unapređenja (npr. Glagoljska baština Roča s Alejom glagoljaša Roč-Hum, Hum kao najmanji grad na svijetu, itd.). Presentacija glagoljske baštine morala bi se inovirati suvremenim interpretacijskim alatima. Stoga je potrebno zajednički nastupiti prema turističkom tržištu (npr. kroz priču povijesti i tradicije s elementima sadašnjice). Dodatno brojni su kulturni resursi koji do sada nisu bili u turističkoj ponudi (npr. kaštel Petrapilosa, Sovinjak) koji imaju potencijal da postanu turistička atrakcija. Gastroturizam destinacije Buzet iziskuje kvalitativna poboljšanja postojeće gastro ponude. Buzet kao grad tartufa treba poraditi na jačanju brenda, a gastro događanja je potrebno unaprijediti i inovirati baš iz razloga što postoje autohtone namirnice čija uporaba u spravljanju jela i pića osigurava visokokvalitetnu gastroponudu destinacije.

8.2.1. Unapređenje postojećih i razvoj novih sportskih sadržaja i događaja

<div style="text-align: center;">  </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 2.1. –Unapređenje postojećih i razvoj novih outdoor sportskih sadržaja i događaja	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je doprinijeti diversifikaciji i izrazitijoj turističkoj valorizaciji <i>outdoor</i> sportske turističke ponude Buzeta - koordinacijom nositelja ponude i poticanjem njihove uključenosti u razvoj ponude, unapređenjem postojećih i razvojem novih sadržaja i događaja te aktivnim uključivanjem lokalnog stanovništva u <i>outdoor</i> ponudu destinacije.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p> Bužeština prepoznaje mogućnosti <i>outdoor</i> sporta u svojim turističkim nastojanjima te su postojeći elementi <i>outdoor</i> ponude vrijedan dio turističkog proizvoda. Ipak, s obzirom na resursnu osnovu te regionalnu pripadnost turistički bolje valoriziranom <i>outdoor</i> okruženju, razvoj <i>outdoor</i> proizvoda potrebno je podignuti na viši nivo. Pri tome valja iskoristiti doprinos različitih dionika i koordinirati aktivnosti Grada Buzeta, TZ Grada Buzeta, specijaliziranih ponuđača sportskih turističkih usluga, organizatora sportskih događaja, sportskih klubova i udruženja te lokalnog stanovništva, koje od turizma ima koristi. </p> <p> Neizostavno za ostvarenje ciljeva i rezultata ovog prioriteta jest realizacija strateškog prioriteta 1.2. <i>Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture</i> budući je infrastrukturna osnova <i>outdoor</i> aktivnosti najvećeg razvojnog potencijala u Bužeštini trenutno nedovoljno razvijena. Također, i u sportovima u kojima je infrastrukturna osnova više razvijena (penjanje, parajedriličarstvo, zmajarenje) kvalitativni pomaci su </p>

	<p>neizostavni dio apeliranja na željene tržišne niše – profiliranjem ponude. Uzimajući u obzir da 90% potražnje u nekim sportovima čine rekreativci/početcnici, outdoor proizvod Buzeta svakako ih mora uvažiti ponudom prilagođene infrastrukture i usluga.</p> <p>Brand Buzet Outdoor dobro je polazište za daljnju diversifikaciju ponude outdoor sportskog proizvoda. Ponudu različitih sportova i nositelja, koje takav proizvod podrazumijeva potrebno je integrirati za što se, uz TZ Grada Buzeta, adekvatnim smatra koordinacijsko tijelo, koje bi sudjelovalo u odlučivanju na razini destinacije.</p> <p>Analiza stanja ukazala je da je, osim infrastrukturnim, trenutnu tržišnu valorizaciju Buzet outdoor proizvoda moguće pripisati informacijskim i komunikacijskim nedostacima - (ne)dostupnost informacija, dostupnost različitih/proturječnih informacija, neadekvatna komunikacija s tržištem, kvaliteta i format informativnih sadržaja te nedovoljno participativna uloga nositelja razvoja turizma.</p> <p>Stoga, razvoj novih i unapređenje postojećih outdoor sportskih sadržaja i događaja te proizvod Buzeštine kao outdoor destinacije valja graditi na kvalitativnom i kvantitativnom unapređenju infrastrukture (biciklizma, trail trčanja, penjanja, parajedriličarstva, pješačenja i planinarenja), s jedne strane, te kvalitetnoj informacijskoj osnovi komuniciranja s potražnjom (unificirane informacije, dostupnost informacija u različitim formatima, tematski objedinjena ponuda, multisport ponuda, interaktivni sadržaji) s druge. Online vidljivost takve ponude, objedinjene na jednom mjestu pod zajedničkim imenom, imperativ je tržišne prepoznatljivosti.</p> <p>Uz holistički pristup outdoor proizvodu destinacije i koordinaciju svih segmenata takvog proizvoda, ključ valorizacije je u ljudima. Involviranost lokalnog stanovništva – kao ponuđača različitih osnovnih i dopunskih segmenata turističkih proizvoda, kao organizatora sportskih događaja, kroz volontiranje u sportskim događajima ili podršku istima tijekom realizacije – treba osigurati edukacijom i osvještavanjem o dobrobitima koje outdoor turizam donosi destinaciji, a time i njima samima.</p>
NOSITELJI PRIORITETA	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, koordinacija Buzet Outdoor, nositelji outdoor ponude, organizatori događaja, IRTA Bike&outdoor, Hrvatski planinarski savez - HPS, Hrvatska agencija za civilno zrakoplovstvo, privatni iznajmljivači, sportski klubovi, Istarska županija (projekt LIKE), turističke zajednice u Istri
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Involviranje nositelja outdoor ponude u odlučivanje na razini destinacije - u upravljanje outdoor proizvodom • Zajednički nastup nositelja outdoor ponude online • Diversifikacija ponude outdoor sportskog turizma • Unapređenje ponude sportskih događaja • Unapređenje informativnih sadržaja vezanih uz outdoor proizvod destinacije

8.2.2. Unapređenje postojećih i razvoj novih kulturnih sadržaja i događaja

<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 10px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 2px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; margin-right: 20px; text-align: center;"> <p style="margin: 0;">STRATEŠKI CILJ 2</p> </div> <div> <p style="margin: 0; font-size: 1.2em;">Značajno unapređenje i diversifikacija turističke ponude</p> </div> </div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 2.2. – Unapređenje postojećih i razvoj novih kulturnih sadržaja i događaja	
CILJ PRIORITETA	<p>Cilj je prioriteta unapređivanje postojećih kulturnih turističkih atrakcija i događaja, a zatim i kreiranje novih kako bi se turistička ponuda destinacije uskladila s potrebama suvremenog turističkog tržišta te ostvarila konkurentnost.</p>
	<p>U cilju zadovoljenja suvremenih potreba turističkog tržišta postojeći kulturni sadržaji i događaji moraju se unaprijediti što osobito podrazumijeva dodatno uključivanje prostornih cjelina koje do sada nisu prepoznatljive turistima. Događaje bi jednim dijelom trebalo unaprijediti, ali i integrirati više manjih u višednevne događaje te prostorno</p>

OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p>distribuirati. Uz to za sve događaje na području grada Buzeta su potrebne pojačane komunikacijske aktivnosti.</p> <p>U starom gradu Buzetu potrebno je osmisliti jedinstveni interpretacijski sustav kulturno-povijesne baštine s posebnim naglaskom na ulaze u grad. Dodatnu vrijednost prostoru starog grada dali bi manji događaji tijekom ljeta npr. koncerti klasične glazbe, srednjovjekovne večeri, itd., a postojeći tradicijski događaj trebalo bi se programski poboljšati (kreativne radionice, edukacije i sl.) uz moguće odvijanje na više lokacija (npr. Hum, Roč itd.). Trebalo bi inicirati poduzetničke inicijative u smjeru otvaranja suvenirnica i manjih trgovina u kojima bi se nudili autohtoni proizvodi.</p> <p>Nadalje za novouređeni kaštel Petrapilosa je potrebno definirati događaje koje se mogu odvijati tijekom cijelog ljeta (manji koncerti, predstave, ali i kreativne radionice: škole fotografije, likovne kolonije, kiparske radionice, radionice freskoslikarstva, itd.).</p> <p>Neka mjesta susreću se s problemima nedovoljne diversifikacije i s naglašenom potrebom unapređenja (npr. Glagoljska baština Roča s Alejom glagoljaša Roč-Hum, Hum kao najmanji grad na svijetu i grad biske, itd.). Prezentacija glagoljice Roča, Aleje glagoljaša, morala bi inovirati suvremenim interpretacijskim alatima (npr. kostimirana vođenja kroz Roč uz posjet replici Gutenbergove tiskare, vođenje Alejom glagoljaša do Huma, itd.). Dodatnu vrijednost trebale bi uz komunikacijske aktivnosti Roču dati postojeće, ali i nove edukacijske i kreativne radionice kao npr. freskoslikarstvo, glagoljica, ali i specifičnost glazbenog okupljanja svirača na dijatlonskim harmonikama. Hum je jedinstven gradić kojemu je potrebno dodatno inoviranje događaja osobito onih na tradicijskim vrijednostima (npr. unaprijediti Izbor Humskog župana uz tradicijski povijesni sajam i dr.).</p>
NOSITELJI PRIORITETA	<p><i>Turistička zajednica grada Buzeta, Grad Buzet, udruge u kulturi, Zavičajni muzej grada Buzeta, Pučko otvoreno učilište „Augustin Vivoda“ Buzet.</i></p>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Prepoznatljivost turističke destinacije tržištu kulturom i umjetnošću motiviranih turista • Unapređenje kvalitete postojećih kulturnih sadržaja i događanja • Stvaranje novih turističkih atrakcija i događaja koje će postati dodatni motiv dolaska u destinaciju • Smanjenje sezonalnosti turizma destinacije

8.2.3. Unapređenje postojećih i razvoj novih gastro sadržaja i događaja

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 2px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> STRATEŠKI CILJ 2 </div> <div style="font-size: 1.2em; font-weight: bold;">Značajno unapređenje i diversifikacija turističke ponude</div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 2.3. – Unapređenje postojećih i razvoj novih gastro sadržaja i događaja	
CILJ PRIORITETA	<p>Dodatno iskorištavanje potencijala gastronomskog turizma naslanjajući ga na bogatu kulturno-povijesnu baštinu te pokušavajući ponudu približiti specifičnom segmentu suvremenih gastronomskih turista. Naglasak je na dodatnom povećanju prepoznatljivosti lokalnih, autohtonih proizvoda kroz događaje, ali i edukativne sadržaje vezane uz lokalne namirnice.</p>
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p>Unapređenje gastronomskog turizma na području Bužeštine moguće je sagledavati s dva aspekta: unapređenje kvalitete postojeće ugostiteljske ponude te proizvodnje maslinovog ulja i vina, te povećanje prepoznatljivosti autohtonih proizvoda. Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude moguće je provesti poticanjem uvrštavanja restorana i konoba u gastronomski vodič <i>Istra gourmet</i> čime bi se postiglo kontinuirano podizanje i održavanje kvalitete. Dodatno, moguće je ponudu obogatiti sa urbanim bistroima u Starom gradu koji bi nudili vrhunski pripremljene, vizualno atraktivne „male zalogaje“ (poput pinchosa ili tapasa) ali bazirane na lokalnim, autentičnim,</p>

visokokvalitetnim namirnicama (tartuf, pršut, sir, maslinovo ulje) u kombinaciji sa lokalnim vinom.

Budući da je preduvjet za postizanje standarda gastronomske destinacije osiguravanje svježih visokokvalitetnih lokalnih namirnica potrebno je povećati njihovu prepoznatljivost. Potrebno je potaknuti podizanje kvalitete proizvodnje i ponude maslinovog ulja i vina što će posljedično dovesti do njihove veće prepoznatljivosti među turistima.

Posebnu pažnju trebalo bi posvetiti dodatnoj valorizaciji dviju namirnica specifičnih za Bužeštinu - tartufa i biske. Budući da je tartufarstvo prepoznato kao snažan pokretač turizma i ruralnog razvoja trebalo bi poduzeti mjere da se osigura povećana ali i održiva proizvodnja tartufa ne samo sa njihovih prirodnih staništa već i kroz podizanje plantaža tartufa. Budući da je crni tartuf dostupan kroz cijelu godinu događaji kojima se promoviraju tartufi ne moraju imati sezonski karakter, već je moguće organizirati događaje ne samo u jesen već i u proljeće i ljeto, što bi značajno povećalo atraktivnost Buzeta kao turističke destinacije u tim mjesecima. Tijekom tih događaja predlaže se dovođenje nekog zvučnog imena – popularnog *chefa* koji bi bio uključen u edukativne radionice za različite populacije, uz snažno medijsko praćenje. S tim ciljem predlaže se osnivanje Centra za razvoj tartufarstva u mjestu Vrh. Kroz Centar bi se osiguralo povezivanje lokalnih proizvođača, akademske zajednice i lokalnih tijela sa ciljem poticanja plantažnog uzgoja tartufa, regulacije tržišta tartufa, očuvanje i povećanje proizvodnosti prirodnih staništa tartufa.

Iako je biska zaštitni znak Huma preporuka je da se pokuša povećati njezina prepoznatljivost te da se provede postupak njezine zaštite. S tim ciljem trebalo bi potaknuti proizvođače da se udruže i kao Udruga pokrenu pri Ministarstvu poljoprivrede postupak zaštite humske biske kao autohtonog proizvoda. Sa ciljem dodatne promocije Biske preporuča se otvoriti Kuću biske u jednom ili čak dva mjesta. Preporuka je također da se uz tradicionalni događaj „Domaća rakija je naša medižija“ tijekom ljeta organizira još jedan sličan događaj, ali kojemu bi okosnica bila samo biska.

Gastronomski turisti vole učiti. U okviru ponude namijenjene njima trebalo bi što je moguće više staviti naglasak na „učenje“. Osmisliti programe edukacije u vidu kratkih kulinarskih tečajeva (radionica) za široku publiku. Primjerice, izrada jela od šparoga ili tartufa. U tom kontekstu moguće je organiziranje jednodnevne radionice (primjerice sa ili bez traženja tartufa ili branje šparoga) i aktivno uključivanje u pripremu jela. Moguće je također uključiti i kratki tečaj o sljublivanju autohtonih namirnica sa lokalnim vinima, također uz sudjelovanje sommeliera. Kroz takve radionice turistima bi se ponudila nova znanja, vještine te ih povezalo s kulturom i poviješću kraja.

Budući da su klimatski uvjeti gotovo idealni za uzgoj ljekovitog bilja poželjno je potaknuti sadnju ljekovitog bilja u vrtovima koji okružuju bedeme starog grada. Tako uzgojeno ljekovito bilje moglo bi se preradivati u proizvode za prehrambene ili kozmetičke svrhe i ili se koristiti prilikom proizvodnje kruha u okviru revitalizacije starih zanata.

Na području Bužeštine mogao bi se poticati uzgoj „starih“ pomalo zaboravljenih, ali u posljednje vrijeme zbog svojih zdravstvenih učinaka ponovno traženih žitarica (primjerice, proso, pir, heljda i sl.). Uzgoj bi trebao biti ekološki. Tako uzgojene žitarice mogle bi se mljeti u mlinu te od njih pripremati kruh. U okviru revitalizacije palače Moretti u starom gradu Buzet postoji već sad mogućnost ogledne proizvodnje pekarskih proizvoda pa bi se ovdje mogle organizirati radionice izrade pekarskih proizvoda od brašna starih žitarica. Turistima bi bila zanimljiva priča ekološkog uzgoja žitarica, mljevenja na tradicionalni način i učenje spravljanja različitih vrsta kruha. Turisti bi mogli kupiti tako dobiveno ekološko brašno, naučiti peći pekarske proizvode i iste ponijeti kući kao suvenir. U tako proizvedene pekarske proizvode odlično bi se uklopilo i prezentacija industrijske konoplje te ljekovitog bilja te bi na taj način povećalo atraktivnost ali i nutritivnu vrijednost.

Sa ciljem revitalizacije i zaštite materijalne i nematerijalne ruralne baštine te promicanja poljoprivredne proizvodnje, preporuka je da se osnuje Centar autohtonih proizvoda Bužeštine u Sovinjaku. Centar bi mogao biti prezentacijsko-izložbeni prostor u kojem bi se mogao organizirati stalni ili promjenjivi postav predmeta povezanih uz tradicionalnu

	poljoprivrednu proizvodnju te bi se također moglo organizirati događaje, promocije, izložbe, edukacije i radionice, s ciljem promocije i razvoja autohtonih namirnica bužetskog kraja. Centar se može registrirati i za prodaju autohtonih namirnica.
NOSITELJI PRIORITETA	Grad Buzet, lokalni ugostitelji, udruge građana, Istarska razvojna agencija, proizvođači vina, maslinovog ulja i biske
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje kvalitete ugostiteljske ponude (konobe i restorani) • Povećanje kvalitete proizvodnje i ponude maslinovog ulja i vina • Obogaćivanje gastronomske ponude novim sadržajima (urbani bistroi, tradicionalni pekarski proizvodi sa starim žitaricama i ljekovitim biljem) • Veća prepoznatljivost biske i tartufa (edukacija, Centar za razvoj tartufarstva) • Gastronomski događaji tijekom cijele godine • Valorizacija stare gradske jezgre sa urbanim vrtovima ljekovitog bilja • Revitalizacija i zaštita materijalne i nematerijalne ruralne baštine • Intenzivniji razvoj poduzetništva • Novo zapošljavanje

8.2.4. Umrežavanje i unapređenje suradnje dionika

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 2px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center; width: 20%;"> STRATEŠKI CILJ 2 </div> <div style="font-size: 1.2em; font-weight: bold; color: white;"> Značajno unapređenje i diversifikacija turističke ponude </div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 2.4. – Umrežavanje i unapređenje suradnje dionika	
CILJ PRIORITETA	Cilj ovog prioriteta je umrežavanje dionika koji se bave turizmom kako bi efekt ostvaren od turizma bio veći.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	Na području grada Buzeta postoji mnoštvo pojedinaca koji organiziraju značajnu turističku ponudu i događaje. Udruge i pojedinci odnosno predstavnici udruga, ugostitelja, turistički djelatnici, proizvođači i privatni iznajmljivači bi se trebali okupiti i razmišljati o razvoju turizma zajedničkim snagama kako bi se sinergijski efekt povećao. Zadaća tako organiziranih dionika bila bi promocija postojeće turističke ponude; poticanje novih inicijativa za turistički razvoj; osmišljavanje novih turističkih proizvoda i paketa; edukacija i slično. Daljnji značajan korak djelovanja usmjeren je na problematiku poticanja umrežavanja s naglaskom na sve horizontalne i vertikalne oblike umreženja između sudionika na strani ponude. Cilj ovakvog pristupa umrežavanju jest postizanje raznolikog asortimana ponude u svim segmentima i povećanje sinergijskog efekta od turizma. Turizam, ukoliko se kvalitetno osmisli, može biti jedan od pokretača cjelokupnog gospodarskog razvoja (povezivanje poljoprivrede i ostalih komplementarnih djelatnosti). Osim dionika koji pripadaju području grada Buzeta u umrežavanje bi trebalo uključiti i turističke dionike koji pripadaju području cijele Ćićarije. Naime, ovaj prostor predstavlja jednu cjelinu koja bi svoje djelovanje trebala objediniti i na taj način postati prepoznatljiva po ključnim turističkim proizvodima.
NOSITELJI PRIORITETA	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, općine koje okružuju Grad Buzet
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Umrežavanja svih turističkih dionika Grada Buzeta i okolice • Ujedinjavanje pa time i osnaživanje turističkih proizvoda • Novi turistički proizvodi

8.3. Prepoznatljivost na tržištu

Turizam ima sve značajniju ulogu u ukupnoj svjetskoj ekonomiji i sve veći broj destinacija nastoji se uključiti u turistički promet pa je time i konkurencija sve veća, što nameće potrebu da se turistička destinacija svojom prepoznatljivošću izdvoji iz mnoštva na tržištu. Brendiranje je složen i dugotrajan proces, pri čemu je potrebno prvenstveno dobro poznavati sebe, a zatim detaljno istražiti tržište i trendove te ispitati interese, navike i životni stil potencijalnih turista. Važan preduvjet je dobro upoznati željena ciljna tržišta jer vrijednost brenda proizlazi ponajviše iz njegove percepcije u očima turista, kakvu sliku o destinaciji turisti imaju, odnosno kakav je njezin imidž.

Evaluacija i razvoj brendova

Na samom početku promišljanja potrebno je utvrditi gdje je Buzet kao brend, odnosno kako ga doživljavaju dionici destinacije, a kakvu percepciju o Buzetu imaju turisti koji ga posjećuju. Zatim je potrebno vidjeti koliko se te percepcije podudaraju i postoji li negdje jaz između slike koju o sebi imaju dionici u odnosu na sliku koju o njima imaju turisti. U postojećoj dokumentaciji nema podataka o provedenom takvom istraživanju pa se kroz ovu Strategiju nastojalo dobiti polazišne informacije o identitetu i imidžu Buzeta. Sukladno prethodno navedenom, u okviru izrade ove Strategije provedena su odvojena istraživanja među dionicima destinacije i među turistima koji su posjetili Buzet. Prvo se krenulo od lokalnog stanovništva, gdje ih se pitalo što po njima simbolizira Buzet i koji su ključni elementi prepoznatljivosti na kojima Buzet treba graditi svoju poziciju na tržištu. Pitanja su bila otvorenog tipa i obzirom da je to subjektivni doživljaj, odgovori su očekivano bili različiti, ali na pitanje o tome što po njima simbolizira Buzet ipak se brend Buzeta kao grada tartufa istaknuo kao najčešći odgovor. Osim toga, prema ispitanicima Buzet simbolizira stari grad, sport, priroda, voda, pivo, gastronomija, kultura, tradicija, glagoljica, outdoor, mir, Subotina, auto utrke. Nakon toga provedeno je istraživanje među turistima. Turiste se pitalo koje su njihove prve asocijacije i što po njima simbolizira Buzet.

Slika 9. Stavovi lokalnog stanovništva i turista o simboliziranju Buzeta

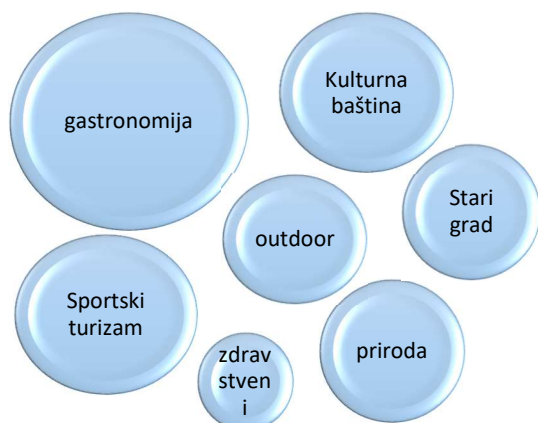


Izvor: Anketa lokalnih dionika grada Buzeta 2019.

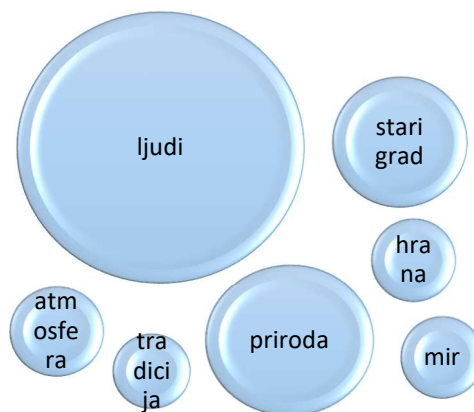
Dionike se također pitalo koji su po njima elementi prepoznatljivosti na kojima Buzet treba graditi svoje pozicioniranje, a turiste se s druge strane pitalo što ih je u Buzetu posebno oduševilo.

Slika 10. Stavovi lokalnog stanovništva i turista o elementima prepoznatljivosti

Stavovi lokalnog stanovništva



Stavovi turista

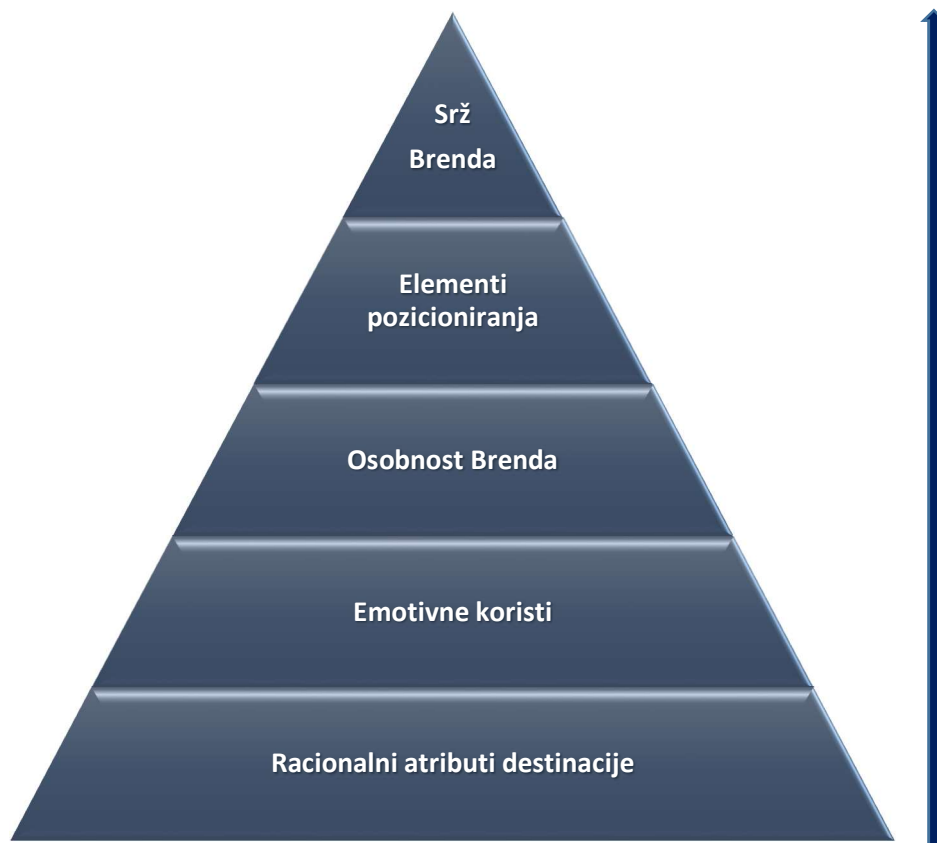


Izvor: Anketa lokalnih dionika grada Buzeta 2019.

Analizirajući dobivene rezultate, može se zaključiti da turisti snažno percipiraju Buzet kao 'Grad tartufa' i općenito gastronomije, što su u svakom slučaju elementi na kojima Buzet treba temeljiti svoje pozicioniranje i razvijati turističku ponudu. Gledajući s druge strane što je turiste posebno oduševilo, snažno ističu ljudi, odnosno gostoljubivost, a oduševljenje hranom ipak je nešto skromnije. Turisti su također u velikoj mjeri oduševljeni prirodom pa je ponuda sporta i outdoor aktivnosti dobro prepoznata kao jedan od primarnih proizvoda na kojima se želi razvijati turistička ponuda. Buzet je također dobro percipiran kao grad tradicije i kulture pa postoji veliki prostor za razvoj podbrendova iz područja kulturne baštine.

Proces brendiranja počiva na ujedinjavanju za destinaciju poželjnih elemenata identiteta koji su očekivano privlačni potencijalnim turistima, a po svojim obilježjima diferencirani u odnosu na konkurenciju. Sam koncept brenda treba biti privlačan, razumljiv i lako pamtljiv, a treba postati ujedinjena razvojna i komunikacijska platforma koja će doprinijeti diferencijaciji i povećanju konkurentnosti na sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

Slika 11. Brend koncept



Izvor: obrada autora prema: Handbook on Tourism Destination Branding, 2009.

Tablica 29. Brend koncept destinacije Buzet

Racionalni atributi destinacije Buzet	<p>Funkcionalnost elemenata ponude Buzeta koje turisti mogu koristiti – resursno-atraksijska osnova:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prirodna i kulturno-povijesna baština; • Gastronomija; • <i>Outdoor</i> ponuda; • Tradicijska vrijednost; • Događaji; • Turistička infrastruktura.
Emotivne koristi	<p>Ugodni osjećaji koje turisti mogu doživjeti i dojmovi koje nose sa sobom:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osjećaj slobode, opuštenosti; • Sigurnost u destinaciji; • Ugodni gastronomski doživljaji; • Kulturna nadahnuća; • Nadahnuća ljepotom netaknute prirode; • Stjecanje novih znanja; • Povijesne priče, mitologija.
Osobnost brenda	<p>Poželjne karakteristike ljudskih osobina kojima se može okarakterizirati Buzet kako bi se razvila jača emotivna povezanost:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prijateljski; • Topao; • Gostoljubiv; • Udoban; • Tradicionalan.
Elementi pozicioniranja Buzeta	<p>Glavne komparativne prednosti Buzeta koje se smatraju poželjne turistima. Po čemu je Buzet poseban i koji su to elementi ponude jedinstveni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Glagoljica (Roč, Aleja glagoljaša, tiskarski stroj...) • Stari grad; • Hum-najmanji grad na svijetu; • Tartufi i lov na tartufe; • Veliki potencijal za <i>outdoor</i> aktivnosti; • Njega starih zanata; • Događaji poput Subotina po starinski i auto utrke; • Voda; • Pivo; • Domaće rakije (biska); • Maslinovo ulje; • Vino; • Ljekovito samoniklo bilje; • Kaštel Petrapilosa; • Rudnik Minjera; • Freske; • Okruženje (Istra kao cjelokupna destinacija, Istarske toplice, Motovun).
Srž brenda	<p>Obećanje Brendu, temeljne komunikacijske poruke satkane u sloganima:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Topli i gostoljubivi ljudi; • Ugodno prirodno okruženje; • Osjeti tradicije; • Originalna gastronomija; • <i>Outdoor</i> avantura.

Izvor: obrada autora

Istraživanje percepcije turista pokazalo je da ispitanici ne percipiraju npr. Hum, Roč ili Kotle kao brend Buzeta. S druge strane Hum je komuniciran kao 'najmanji grad na svijetu' snažan brend koji je dobro pozicioniran na tržištu, što navodi na zaključak da je brend Buzeta izrazito disperziran. Promatrajući daljnji razvoj brenda Buzeta, treba uzeti u obzir lakoću prijenosa destinacijskog imidža na niže elemente ponude u destinaciji (odozgo prema dolje), kao i prijenosa imidža nižeg segmenta

prema višem. Buzet treba iskoristiti snažan brend Istre kao destinacije i otvoriti se prema prijenosu pozitivnog imidža Istre kao krovnog brenda. Isto tako, naslanjanje na već razvijene podbrendove poput Huma kao najmanjeg grada na svijetu i Buzeta kao grada tartufa, dodatno će ojačati razvoj novih brendova.

Sukladno tome, predlaže se daljnje jačanje i razvoj zasebnih brendova koji trebaju biti pod krovnim brendom Istre. Koncept krovnog ili kišobran brenda (*Umbrella brand*) podrazumijeva označavanje nekoliko ili više različitih elemenata namijenjenih različitim ciljnim tržišnim segmentima, a da svaki ima vlastitu marketinšku komunikaciju pa se obećanje brenda individualizira. U provedbi to znači da pojedinačne brend kampanje trebaju ciljati odabrani tržišni segment s marketinškim porukama i kreativnim rješenjima koja će najlakše doprijeti do željenog ciljnog tržišta, ali važno je ne izgubiti vezu s krovnim brendom. U konačnici, ma koliko se marketinške poruke razlikovale za svaki pojedini segment, treba se moći prepoznati da potječu od istog krovnog brenda Istre koja je u očima turista već dobro prepoznata i poželjna destinacija, čime se pojačava vrijednost svakog pojedinačnog brenda.

Brend Buzeta je kompleksan i kao takvog ga ne treba gušiti administrativnim granicama grada, nego dozvoliti zasebni razvoj i komunikaciju brendova koji se nalaze na širem području grada Buzeta. U nastavku slijedi prijedlog komunikacijskih poruka brendova Buzeta 'pod kišobranom': *Istra - Život kakav bi trebao biti.*

Događanja

Slika 12. Prijedlog komunikacijskih poruka



Izvor: obrada autora

U samom procesu brendiranja Buzeta važno je voditi računa da interes ne smije biti isključivo usmjeren na želje i interese turista, nego mora biti odraz želja i stavova lokalnog stanovništva pa je važno aktivno uključivanje što šire lokalne zajednice. To se može omogućiti kroz online komunikaciju prikupljanjem mišljenja svih zainteresiranih putem mrežnih stranica Grada ili turističke zajednice.

8.3.1. Jačanje pozitivnog imidža

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 2px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> STRATEŠKI CILJ 3 </div> <div> Prepoznatljivost na tržištu </div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 3.1. – Jačanje pozitivnog imidža	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je jačanje pozitivnog imidža cjelokupne destinacije, kao i jačanje imidža postojećih elemenata ponude i već formiranih brendova
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	<p>Polazeći od činjenice da se slika o destinaciji šalje u svijet, planiralo se to ili ne, jasno je da stvaranje pozitivne slike treba biti imperativ razvoja turističke destinacije.</p> <p>Imidž često ima presudan utjecaj na izbor destinacije jer turisti najčešće odluku o izboru turističke destinacije donose u mjestu svoga stalnog boravka, prije nego posjete destinaciju. Međutim, na imidž kao skup misli i osjećaja o određenoj destinaciji utječu mnogi faktori, od kojih je većinu teško kontrolirati. To mogu biti razne vijesti, priče iz knjiga i filmova, osvrti poznatih osoba ili priče o iskustvu pojedinaca, što je najčešće subjektivni doživljaj i rezultat je spoznaje koja nastaje pod utjecajem vlastitog iskustva ili propagandnih poruka, a što za destinaciju može biti pozitivno ili negativno. Imidžem je stoga potrebno upravljati.</p> <p>Ovaj prioritet podrazumijeva niz mjera temeljenih na predloženom brend konceptu za cjelokupnu destinaciju i jačanje postojećih, već prepoznatljivih brendova kroz unapređenje sadržaja. U tom smislu, predlaže se kreiranje vizualnog i verbalnog identiteta Buzeta koji će komunicirati cjelokupnu priču. Imidž postojećih brendova može se znatno ojačati osmišljavanjem novih doživljaja kroz dodatne atrakcije i uključivanjem šireg spektra dionika i umrežavanje ponude. U turistima je potrebno izazvati posebnu pozitivnu emociju kako bi se pojačao doživljaj, što je moguće kroz storytelling, odnosno pričanje priča iz povijesti ili legendi koje će turistima jače približiti pojedini brend. Doživljaj se može pojačati i angažmanom poznatih osoba koje bi bili promotori brenda (npr. angažman poznatih influencera ili prigodno dovođenje MasteChef-ova u pripremi autohtonih specijaliteta). Uz unapređenje sadržaja, potrebno je pojačati promotivne aktivnosti u cilju jače vidljivosti postojeće ponude kroz objedinjavanje ponude (npr. objединiti outdoor ponudu u jedinstveni brend) i kroz udruženo oglašavanje kao npr. objedinjavanje postojećih jesenskih događaja pod nazivom 'Jesen u Buzetu' koja bi počela Subotinom, a završila Vikend festivalom tartufa. Subotina se održava prije nego formalno počne jesen, ali ako se usporedi s jednim od najjačih događaja Oktoberfest koja se većim dijelom održava prije formalnog početka listopada, to ne bi trebalo gledati kao ograničenje. Vidljivost se može pojačati i dobivanjem raznih nagrada te dokazivanja kvalitete i izvornosti kroz nacionalne i međunarodne oznake. Snagu brenda potrebno je mjeriti kroz kontinuirano mjerenje zadovoljstva gostiju i razvijanje raznih programa vjernosti.</p>
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, TZ Istre, udruge, privatna inicijativa</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Stvoriti pozitivan imidž Buzeta kao poželjne turističke destinacije. • Jačanje konkurentnosti na tržištu • Povećanje broja lojalnih gostiju • Unapređenje kvalitete i prepoznatljivosti

8.3.2. Razvoj novih brendova

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> STRATEŠKI CILJ 3 </div> <div> <h2 style="margin: 0;">Prepoznatljivost na tržištu</h2> </div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 3.2. – Razvoj novih brendova	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je identificirati poželjne elemente identiteta koji Buzet diferenciraju od konkurencije i oblikovati ih u prepoznatljive brendove.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	Brend treba biti iskaz identiteta turističke destinacije koji je utkan u viziju i misiju turističkog razvoja, treba garantirati prepoznatljivost diferenciranjem od konkurencije i poticati pozitivne emocije koje kod turista razvijaju povezanost s destinacijom i željenu lojalnost. Brend Buzeta sačinjava cijeli niz elemenata koji su prikazani u brend konceptu, iz čega je potrebno identificirati nedovoljno valorizirane resurse. Uz prepoznatljive brendove koji su već zaživjeli na tržištu, iz elemenata identiteta potrebno je prepoznati dodatni potencijal i oblikovati ih u nove prepoznatljive sadržaje, odnosno kreirati nove brendove. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti događanjima koja međusobno povezuju i jačaju brendove, a i sama događanja mogu postati brend, kao što su to auto utrke i Subotina po starinski. Dobar primjer razvoja događaja koja može postati snažan brend je Vikend festival tartufa koji uz tartufe povezuje gastronomiju, tradiciju i outdoor ponudu. Objedinjavanje ponude kroz udruživanje s nositeljima ponude iz okruženja je također dobar pristup kreiranju novog brenda, npr. suradnja i zajednički nastup na tržištu cijelog područja Ćićarije ili objedinjavanje ponude freskoslikarstva cijele Istre u jedinstven atraktivan proizvod.
NOSITELJI PRIORITETA	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, TZ Istre, Istarska županija, privatna inicijativa, udruge
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Jača valorizacija resursa kroz oblikovanje novih brendova • Novi događaji kao brend • Nove atrakcije u destinaciji • Jača suradnja s nositeljima ponude iz okruženja

8.3.3. Unapređenje ciljane komunikacije

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid white; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> STRATEŠKI CILJ 3 </div> <div> <h2 style="margin: 0;">Prepoznatljivost na tržištu</h2> </div> </div>	
STRATEŠKI PRIORITET 3.3. – Integrirana marketinška komunikacija	
CILJ PRIORITETA	Cilj prioriteta je postizanje učinkovite komunikacije kombiniranjem odabranih medija i poruka. Potrebno je jasno definirati ciljna tržišta kojima se želi obratiti i osmisliti dobro artikulirane i usmjerene marketinške poruke koje će imati sinergijski učinak.
OPIS I SADRŽAJ PRIORITETA	Učinkovito djelovanje komunikacije temelji se na integriranoj marketinškoj komunikaciji koja podrazumijeva korištenje raznih marketinških alata u komunikaciji s tržištem kako bi se uspješno poslale poruke prema željenom ciljnom tržištu. Optimalnim kombiniranjem medija i odabranih poruka postiže se sinergijski učinak i omogućava izgradnja dugoročnog odnosa sa svojim gostima. Kako bi komunikacija bila učinkovita, potrebno je dobro poznavati ciljna tržišta prema kojima će se formulirati i usmjeravati ključne poruke. Zatim je od velike važnosti dobro odabrati kanale kojima će se poruke distribuirati i kojom dinamikom. U vječnom nedostatku financijskih sredstava, predlaže se veće korištenje mogućnosti digitalnog marketinga. U komunikaciji je potrebno koristiti različite

	komunikacijske kanale, vodeći računa da su prilagođeni ciljnoj skupini kojoj je poruka namijenjena. Ciljani digitalni marketing, s posebno osmišljenom i prilagođenom ponudom omogućava dopiranje do željenih ciljnih skupina pa i vrlo malih tržišnih niša. S potencijalnim gostima potrebno je komunicirati kroz brend priče informativnog, zabavnog, edukacijskog i emotivnog sadržaja. koje su osnovne komunikacijske poruke koje se žele prenijeti. S druge strane, iznimno je važno održavati dijalog s lokalnim stanovništvom kako bi ih se uključilo u razvojne planove i dalo edukativnu podršku u privatnim inicijativama.
NOSITELJI PRIORITETA	<i>Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, nositelji ponude</i>
OČEKIVANI REZULTATI OVOG PRIORITETA	<ul style="list-style-type: none"> • Pojačana promocija bez velikih financijskih ulaganja • Veća atraktivnost ukupne ponude • Dopiranje do željenih ciljnih skupina turista • Uključenost lokalnog stanovništva u promišljanje razvoja

8.4. Pregled mjera/aktivnosti i pokazatelja uspješne realizacije strateških ciljeva

U nastavku će se detaljno izložiti mjere koje imaju za cilj ostvarenje prioriteta i ciljeva. Sve navedene mjere podijeljene su po ciljevima i prioritetima. Realizacijom navedenih mjera može se doći do pomaka u razvoju turizma grada Buzeta. U niže navedenim tablicama detaljno je obrazložena mjera u smislu: određivanja nositelja, predloženih aktivnosti, vremenskog perioda te indikatora putem kojih se može odrediti da li je navedena mjera u određenom vremenskom periodu ostvarena ili nije.

Strateški cilj 1. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture – Prioritet 1.1. Diversifikacija i povećanje kvalitete smještajnih kapaciteta

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikator
Dogradnja i unapređenje kvalitete postojećih hotelskih smještajnih jedinica	Privatne inicijative, TZ Grada Buzeta	Širenje turističke ponude (spa, wellness...) Podizanje kategorizacije Povećanje smještajnih kapaciteta	Do 2022. Kontinuirano Kontinuirano Do 2026.	Otvoren 1 spa centar Uvođenje jednog novog proizvoda u hotelima Povećanje kvalitete smještajnih kapaciteta za jednu zvjezdicu Povećanje broja ležajeva za 17%
Tematizacija turističkog smještaja	Privatne inicijative, TZ Grada Buzeta	Povećanje broja tematiziranih smještajnih kapaciteta	Kontinuirano	Uvođenje 3 bike friendly smještaja po godini Uvođenje 2 dog friendly smještaja po godini Uvođenje 3 outdoor friendly smještaja po godini
Unapređenje kamp ponude	Privatne inicijative, TZ Grada Buzeta	Izgradnja kampa u Roču Izgradnja kampa u Buzetu	Do 2021. Do 2026.	Otvaranje kampa u Roču sa 75 smještajnih kapaciteta Otvaranje kampa u Buzetu
Povećanje broja obiteljskog smještaja	Privatne inicijative, TZ Grada Buzeta	Širenje obiteljskog smještaja	Do 2026.	Povećanje broja smještajnih kapaciteta za 10 % (od početne 2018.)
Povećanje broja smještajnih kapaciteta u ruralnim kućama	Privatne inicijative, TZ Grada Buzeta	Širenje turističke ponude u autohtonim ruralnim kućama	Do 2026.	Povećanje broja smještajnih kapaciteta za 15% (od početne 2018.)

Strateški cilj 1. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture – Prioritet 1.2. Unapređenje postojeće i razvoj nove outdoor infrastrukture

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikator
Uređenje i obilježavanje postojeće infrastrukture outdoor sportskog turizma	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, nositelji sportske aktivnosti, privatne inicijative	Održavanje, uređenje, označavanje i osiguranje outdoor sportske infrastrukture	Godišnje	Održavanje „službene“ biciklističke, trail, pješačke i planinarske staze Održavanje penjališta i poletišta 2 uređene i adekvatno označene „službene“ MTB staze godišnje Osigurana staza u području Pustolovnog parka (iznad Drage prema penjalištu) novim sajlama Postavljena jedna zaštita za posjetitelje uz stazu godišnje 1 označena „avanturistička“ brdsko-biciklistička staza godišnje 1 označena <i>singletrail</i> biciklistička staza 2 označene staze za <i>trail</i> trčanje
		Postavljanje tabela s pravilima ponašanja i korištenja outdoor infrastrukture (na vlastitu odgovornost, uz odgovarajuću opremu i uz poštivanje prirodnih specifičnosti)	Do 2024.	Postavljanje tabele za: 3 mtb staze, pustolovni park, 6 poletišta
		Stvaranje odmorišta (po mogućnosti s pitkom vodom) uz biciklističke staze i trail-ove/pješačke staze	Do 2023.	2 odmorišta za bicikliste na frekventnim lokacijama 1 e-bike punionica na adekvatnoj lokaciji (dio postojeće regionalne mreže)

¹ Staze se prema razlikovanju regionalnog popisa infrastrukture (<http://www.istria-bike.com/hr>) razlikuju na „avanturističke“ (fizički neoznačene) i „službene“ (označene signalizacijom na terenu).

		Poticanje razvoja pratećih aktivnosti outdoor sportova – servis najam opreme, transfer, prodaja opreme i sl.	Do 2026.	2 odmorišta na atraktivnim lokacijama uz pješačku infrastrukturu 1 servis za bicikle 2 cjelogodišnja iznajmljivača bicikala 1 turistička agencija specijalizirana za outdoor
Stvaranje nove infrastrukture outdoor sportskog turizma	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta	Formiranje jedinstvene polazišne točke za outdoor sportove – s parkiralištem, informacijsko – interpretativnim sadržajima i signalizacijom	Do 2024.	Otvoren tzv. Outdoor centar u formi početne/završne točke outdoor aktivnosti
	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, IRTA Bike&outdoor, nositelji sportske aktivnosti	Stvaranje infrastrukture konfiguracijom i zahtjevnošću prilagođene obiteljima s djecom i rekreativcima/početicima	Do 2022.	1 nova „obiteljska“ biciklistička staza 1 „lagana“ ² pješačka staza 2 početnička penjačka smjera
	Grad Buzet, TZ Grada Buzet	Stvaranje „virtualne infrastrukture“	Do 2024.	karta orijentacijskog trčanja Bužeštine

Strateški cilj 1. Razvoj i unaređenje turističke infrastrukture – Prioritet 1.3. Valorizacija i očuvanje kulturno-povijesne baštine

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Uređenje i otvaranje Palače Moretti – centar starih zanata	Grad Buzet	Uređenje i otvaranje zgrade kao interpretacijskog i izložbenog centra koji stavlja naglasak na prikazivanje starih zanata / multimedijalne interaktivna interpretacija za posjetitelje	Do 2026.	Otvoren interpretacijski centar Palača Moretti – centar starih zanata
Uređenje i otvaranje Karolinine kuće ljekovitog bilja	Grad Buzet	Uređenje i otvaranje Karolinine kuće kao edukacijskog, izložbenog i znanstvenog prostora namijenjenog prezentaciji kulture korištenja samoniklog i ljekovitog bilja prema starim recepturama	Do 2026.	Otvoren interpretacijski centar – Karolinina kuća

² Prema rasponu težine staza na regionalnom portalu ponude Istra Trails (<http://www.istria-trails.com/hr>). Sve staze Bužeštine su 2019. „srednje“ zahtjevne.

Interpretacija glagoljske baštine Roč - Hum	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, udruge u kulturi	Izgradnja i otvaranje Muzeja glagoljice ispod Roča sa multimedijском interpretacijom	Do 2026.	Otvoren Muzej glagoljice
Interpretacija glagoljske baštine Roč - Hum	Grad Buzet	Uređenje spomeničkog kompleksa Aleja glagoljaša i razrada suvremenog interpretacijskog sustava	Do 2023.	Uređena Aleja glagoljaša i osmišljen interpretacijski sustav - postavljeno min. 12 ploča na području Aleje glagoljaša
Interpretacija tradicijske glazbe u Roču	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, udruge u kulturi	Uređenje interpretacijskog centra Kuća trieštine u Roču	Do 2026.	Otvorena Kuća trieštine u Roču
Interpretacija rudarske baštine Minjera (Sovinjak)	Grad Buzet	Obnova, uređenje i interpretacija najstarijeg rudnika boksita Minjera, ispod Sovinjaka	Do 2026.	Uređen rudnik Minjera
Interpretacijski centar Kuća biske	Grad Buzet	Obnova i uređenje zgrade te interpretacija rakije biske u Humu – interpretacijski centar Kuća biske	Do 2026.	Otvoren interpretacijski centar Kuća biske
Interpretacija Vrha - specifične kulturno-povijesna sredine	Grad Buzet	Očuvanje, obnavljanje i uređenje suvremenim načinom interpretacije te postavljanjem turističke infrastrukture (npr. info ploče, klupice, itd.)	Do 2026.	Uređen turistička interpretacija kulturno-povijesne cjeline Vrh
Interpretacija Kotli - specifične kulturno-povijesne sredine s prirodnim atrakcijama	Grad Buzet	Očuvanje, obnavljanje i uređenje suvremenim načinom interpretacije te postavljanjem turističke infrastrukture (npr. info ploče, klupice, uređenje prilaza itd.)	Do 2026.	Uređen turistička interpretacija kulturno-povijesne cjeline Kotli

Strateški cilj 1. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture – Prioritet 1.4. Unapređenje prometne povezanosti

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Unapređenje lokalne prometne infrastrukture	Grad Buzet, Istarska županija, Hrvatske ceste	Unapređenje lokalne infrastrukture je potrebno radi bolje prometne povezanosti. Time će se povećati kvaliteta prometne infrastrukture i zadovoljstvo turista.	Godišnje	Povećanje broja parkirnih mjesta – minimalno 10 novih parkirnih mjesta godišnje na frekventnim turističkim točkama

			Kontinuirano	Adaptacija cesta koje vode do glavnih turističkih atrakcija (min. 1 cesta godišnje) Postavljanje 3 e punionica za električne automobile do 2026.
Suvremeni koncepti prijevoza prihvatljivi lokalnom stanovništvu i turistima	Grad Buzet, Istarska županija, privatne inicijative	Uvođenje vlakića koji povezuje razna naselja na području grada Buzeta Uvođenje e bicikala kojim se povezuju mjesta grada Buzeta Uvođenje ostalih oblika održivog prijevoza Lakša dostupnost mjesta Buzetšine	Do 2023. Kontinuirano Do 2021.	Uvođenje linije Roč – Aleja glagoljaša - Hum – (vlakić) Uvođenje mogućnosti iznajmljivanja bicikala (1 biciklistički punkt godišnje sa dostupnih 5 bicikala) u centrima mjesta Grada Buzeta Uvođenje autobusne linije koja će povezivati sva naselja grada Buzeta i koja će imati nekoliko linija dnevno.

Strateški cilj 2. Unapređenje i diversifikacija turističke ponude – Prioritet 2.1. Razvoj novih i unapređenje postojećih outdoor sportskih sadržaja i događaja

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikator
Diversifikacija ponude outdoor sportskog turizma	TZ Grada Buzeta, IRTA Bike&outdoor, HPS, Hrvatska agencija za civilno zrakoplovstvo – ovlaštene organizacije za obuku pilota paraglidinga, privatna inicijativa	Edukacija i certifikacija stručnih voditelja outdoor aktivnosti u suradnji s nadležnim tijelima Organizacija outdoor edukacije kao turističke ponude	Godišnje Kontinuirano	1 tečaj za bike vodiče, instruktore penjanja, instruktore parajedriličarstva godišnje 1 tečaj tehnike brdskog biciklizma, trail trčanja, penjanja, letenja godišnje

	TZ Grada Buzeta, koordinacija Buzet Outdoor	Interakcija s potražnjom outdoor sportova (redovito unapređivanje)	Kontinuirano	Dostupnost „novih“ tehnologija za planiranje sportskih outdoor aktivnosti u destinaciji – GPS, virtualna stvarnost, mobilne aplikacije.. Karte svih sportova outdoor ponude raspoložive za <i>download</i> (min 1 po sportu) Mogućnost ocjenjivanje ponude outdoor-a za registrirane korisnike
	TZ Grada Buzeta, koordinacija Buzet Outdoor	Stvaranje outdoor paketa i programa kojima se valorizira prirodna i kulturno-povijesna baština	2020-2022	Ponuda 3 tematska outdoor paketa ili programa
	TZ Grada Buzeta, koordinacija Buzet Outdoor	Limitiranje enduro motociklizma na nekoliko atraktivnih lokacija	2020-2023	Ponuda Enduro motociklizma vezana je uz 3 lokacije (poput Griže ili Cunjске Vale)
Unapređenje ponude sportskih događaja	TZ Grada Buzeta, sportski klubovi, koordinacija Buzet Outdoor, specijalizirani ponuđači i organizatori događaja u Buzeštini	Popularizacija outdoor sportova među lokalnim stanovništvom	godišnje	Organiziran Dan outdoor sportova
Unapređenje informativnih sadržaja vezanih uz outdoor proizvod destinacije	TZ Grada Buzeta, koordinacija Buzet Outdoor, ITRA Bike&outdoor	Unificirati dostupne informacije o infrastrukturi i sadržajima u dostupnim promotivnim materijalima (različite web stranice, tiskani materijali), karte online, ažuriranje i tiskanje karata	kontinuirano	Ujednačavanje i ažuriranje informacija o outdoor sportovima u promotivnim materijalima i kartama

Strateški cilj 2. Unapređenje i diverzifikacija turističke ponude – Prioritet 2.2. Razvoj novih i unapređenje postojećih kulturnih sadržaja i događaja

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Interpretacija Stari grad Buzet	Grad Buzet, TZ Grada Buzet	Osmišljavanje jedinstvenog interpretacijskog sustava kulturne baštine na prostoru starog grada s posebnim naglaskom na ulaze u gradsku jezgru	Do 2022.	Realiziran interpretacijski sustav kulturne baštine i postavljene dvije info tabele na ulazima u grad
Razvoj sustava informiranja gostiju	TZ Grada Buzeta	Kontinuirano informiranje vlasnika smještajnih i ugostiteljskih objekata o kulturnim događanjima koja se odvijaju na području grada Buzeta	Kontinuirano	Uredene www stranice turističke zajednice i kontinuirana diseminacija informacija o kulturnim događanjima i novim atrakcijama prema svim dionicima u destinaciji
Unapređenje postojećih kulturnih događaja	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, udruge u kulturi	Unaprijediti Subotinu promjenom termina Subotine po starinski u subotu, a druge edukativne, zabavne aktivnosti u nedjelju te manja događanja usmjeriti i na okolna mjesta Roč, Hum, itd. – Buzet po starinski	Kontinuirano	Kontinuirano unapređenje Subotine
Integracija manjih u višednevne događaje	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, udruge i organizacije u kulturi	Postojeća manja događanja integrirati s drugim događajima ili gastro događajima npr. Dani piva - samanj od rož i bire	Do 2022.	Dogovoriti minimalno 2 integracije događaja (kultura s gastronomijom, outdoor aktivnostima)
	Udruge u kulturi, TZ Grada Buzeta, Grad Buzet	„Team building po starinski“ – Hum – dan prije izbora Humskog župana –sudjelovati tijekom poslijepodneva u tradicijskim igrama, pjesmi, gastro i eno ponudi, itd. uz kostimirane organizatore i bez dostupnosti suvremenih tehnologija.	Do 2022.	Jedan integrirani događaj na području Huma
Razvoj novih događaja	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, udruge i organizacije u kulturi	Prijedlozi novih događanja usmjerenih klasičnoj glazbi (npr. Muzika na saken kantune) u koji bi bili uključeni stari prostori Buzeta, Roča, Huma, kaštel Petrapilosa te događanjima za mlade (npr.	Do 2026.	Osmisliti 2 nova događaja klasične glazbe i 2 nova događaja za mlade

		Buzetske noći – koncertna događanja za mlade).		
	TZ Grada Buzeta, udruge i organizacije u kulturi	Osmisliti događaj „Glagoljica svuda oko nas „ – organizacija događaja koji će povezati Roč, Hum i Aleju glagoljaša kroz „žive“ prikaze značaja svih kamenih spomenika, različite kreativne radionice, predavanja, tradicijska glazba, lokalna gastronomija s posebnim naglaskom na vino i maslinovo ulje, tartufe, itd.	Do 2023.	Jedan novi događaj koji će integrirati događaj na temu glagoljice integriranog s autohtonom gastronomijom
	TZ Grada Buzeta, udruge i organizacije u kulturi	Kaštel Petrapilosa – razrada programa događanja kaštela s posebnim naglaskom na manja događanja zbog prostornih uvjeta, a osobito treba izgraditi plan kreativnih radionica npr. škole fotografije, likovne kolonije, itd. povezane s lokalnom gastro i eno ponudom. Prostor kaštela iskoristiti i u događanju Subotine po starinski koja se može tokom ljeta ponoviti i više puta u manjem obimu. Dodatno potrebno je organizirati program za djecu.	Kontinuirano	Jedan osmišljeni program događanja za kalendarsku godinu.
	TZ Grada Buzeta, udruge	Sve je veća potražnja za događajima koji povezuju gastro turizam i outdoor aktivnosti, odnosno weel-beeing vodi ka nužnosti uvođenja turističkog proizvoda koji povezuje ove dvije komponente	Kontinuirano	Jedan unaprijeden/osmišljen i realiziran program događaja <i>Truffle walk</i> i <i>beer walk</i> godišnje
	TZ Grada Buzeta, ugostiteljski objekti, privatne inicijative	„Buzetski pijat“ – tjedan tijekom ljetnih mjeseci kad se u svim ugostiteljskim objektima nude jela specifičnih namirnica s područja Buzeta i Bužeštine (npr. tartufi, maslinovo ulje, tjestenine, vino, itd.) s programima u ugostiteljskim objektima	Kontinuirano	Održavanje novog gastro događaja „Buzetski pijat“
Interpretacija glagoljske baštine Aleja glagoljaša Roč - Hum	TZ Grada Buzeta, udruge i organizacije u kulturi	Osmišljavanje inovativne i integrirane interpretacije (kostimirana vođenja kroz Roč uz posjet replici Gutenbergove	Kontinuirano	Organizirana vođenja svaku drugu subotu tijekom od proljeća do jeseni

tiskare, vođenje Alejom glagoljaša do Huma) uz otvaranje novih prodajnih mjesta/šandova/punktova za prodaju suvenira na temu glagoljice, ali i lokalno uzgojene hrane i proizvoda. Preporuča se organizirati besplatno vođenje na početku sezone za iznajmljivače, vlasnike restorana I drugih ugostiteljskih objekata, hotelijere, i sve zainteresirane stanovnike.

	Grad Buzet	Razrada suvremenog interpretacijskog sustava Aleje glagoljaša	Do 2023.	Uređena Aleja glagoljaša i osmišljen interpretacijski sustav - postavljeno min. 12 ploča na području Aleje glagoljaša
Edukacijske i kreativne radionice	Privatne inicijative, udruge u kulturi, TZ Grada Buzeta	Unapređenje i jačanje prepoznatljivosti specifičnih radionica freskoslikarstva u Roču	Kontinuirano	Kontinuirano unapređenje radionica freskoslikarstva
	Udruge u kulturi, TZ Grada Buzeta	Unapređenje i jačanje prepoznatljivosti Male glagoljske akademije u Roču s posebnim organizacijama radionica za odrasle uz ponudu tradicijske hrane i pića	Kontinuirano	Kontinuirano unapređenje Male glagoljske akademije

Stateški cilj 2. Značajno unapređenje i diverzifikacija turističke ponude – Prioritet 2.3. Razvoj novih i unapređenje postojećih gastro sadržaja i događanja

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Unapređenje kvalitete postojeće ugostiteljske ponude	Ugostitelji Grad Buzet	Poticaji za povećanje kvalitete ponude hrane i pića u restoranima i konobama	2020-2026	Svake 3 godine jedan restoran i jedna konoba budu ili po prvi puta uvršteni u vodič <i>Istragourmet</i> ili budu uvršteni u višu kategoriju u odnosu na prethodnu godinu. Svake tri godine jedan objekt postane nositelj oznake <i>Tartufo vero</i>

Povećanje raznolikosti ugostiteljske ponude u Starom Gradu	Ugostitelji Grad Buzet	Poticaj za otvaranje urbanih bistroa	2020-2026	Otvoren jedan urbani bistro
Unapređenje kvalitete proizvodnje i ponude vina	Proizvođači vina Grad Buzet	Poticaji za podizanje kvalitete proizvodnje i ponude vina	2020-2026	Svake 3 godine po jedan vinar bi trebao biti uvršten u gastronomski vodič Istra gourmet u kategoriji dobar ili vrlo dobar. Svake 3 godina po jedan vinar bi trebao dobiti oznaku Istrian quality
Unapređenje kvalitete proizvodnje i ponude maslinovog ulja	Proizvođači maslinovog ulja Grad Buzet	Poticaji za podizanje kvalitete proizvodnje i ponude maslinovog ulja	2020-2026	Svake 3 godine po jedan maslinar bi trebao biti po prvi puta uvršten u Vodič Istragoourmet a najmanje jedan bi trebao prijeći u višu kategoriju kvalitete. Svake 3 godine po jedan maslinar bi trebao biti uvršten u Vodič Flos olei.
Bolja valorizacije tartufa	Grad Buzet Istarska razvojna agencija Proizvođači tartufa Ugostitelji	Osnivanje centra za razvoj tartufarstva u Vrhu Uvođenje događaja vezanih uz tartufe u proljeće i ljeto Edukacijske radionice i tečajevi kuhanja na temu tartufa Tečajevi sljubljivanja autohtone hrane i lokalnih vina	2020-2026 2022	Osnovan Centar za razvoj tartufarstva i započinje sa radom Najmanje dva događaja na temu tartufa u proljetnom ili ljetnom razdoblju
Bolja valorizacija biske	Grad Buzet Proizvođači biske Ugostitelji	Provesti postupak zaštite humske biske Kuća biske Pokrenuti ljetni događaj sa temom biske Edukacije (proizvodnja, sljubljivanje, degustacija)	2020-2026	Proveden postupak zaštite humske biske Otvorena Kuća biske Osmišljen i uveden jedan tematski događaj vezan isključivo za bisku
Valorizacija ljekovitog bilja i starih žitarica	Grad Buzet Poduzetnici Lokalno stanovništvo	Formiranje urbanih vrtova sa ljekovitim biljem na zidinama starog grada Poticaji za uzgoj starih žitarica (proso, pir, heljda)	2020-2026	Izgrađeni urbani vrtovi Posađeni nasadi starih žitarica Edukativni programi u okviru revitalizacije starih zanata

Izrada pekarskih proizvoda na bazi starih žitarica i uz dodatak ljekovitog bilja (palača Moretti- pekarnica)

Revitalizacije i zaštite materijalne i nematerijalne ruralne baštine	Grad Buzet	Osnivanje Centra autohtonih proizvoda u Sovinjaku	2020-2026	Osnovan Centar, organiziran prezentacijsko-izložbeni prostor, održana barem tri tematska događaja. Organizirana prodaja autohtonih namirnica.
--	------------	---	-----------	---

Strateški cilj 2. Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture – Prioritet 2.4. Umrežavanje i unapređenje suradnje dionika

Mjere	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikator
Involviranje nositelja turističke ponude (kulturne, outdoor, gastro) u upravljanje turističkim proizvodom destinacije	TZ Grada Buzeta, Grad Buzet	Ujedinjavanje dionika koji se bave turizmom Okupnjavanje ekspertnih znanja	2021.	Formiranje tijela zaduženog za razvoj turizma
Povezivanje dionika sa područja Ćićarije	TZ Grada Buzeta, Grad Buzet, općine koje okružuju Gra Buzet	Ujedinjavanje dionika koji se bave turizmom na području Ćićarije	2021.	Povećani broj zajedničkih turističkih proizvoda Ćićarije Povećani sinergijski učinak turizma cijelog područja
Zajednički nastup nositelja turističke ponude Grada Buzeta I Ćićarije	TZG Buzet, susjedne Općine	Okupnjavanje svih turističkih aktivnosti. Povećanje vidljivosti turističkog proizvoda ovog kraja	2020-2021.	Ažurirane web stranice TZ Grada Buzeta sa naglaskom na sve specifične oblike turizma. Izrada detaljnih stanica svih specifičnih oblika turizma koja je povezana sa stranicom TZ Grada Buzeta
Edukacija dionika koji se bave turizmom	TZ Grada Buzeta	Edukacija lokalnih ponuđača turističkih usluga o raznim pitanjima I novim trendovima na turističkom tržištu	Kontinuirano	1 edukacija godišnje lokalnih turističkih djelatnika o novim trendovima u turizmu

1 edukacija godišnje o projektima Istra Bike&Bed , Istra Domus, KulTour Spirit

Strateški cilj 3. Prepoznatljivost na tržištu – Prioritet 3.1. Jačanje pozitivnog imidža

Mjere / aktivnosti	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Budući razvoj Buzeta promišljati kroz predloženi brend koncept	Grad Buzet i TZ Grada Buzeta	Edukativna potpora svim dionicima u smislu razumijevanja i primjene koncepta brendiranja destinacije	kontinuirano	Održane edukativne radionice među dionicima
Vizualni identitet destinacije Buzet	Grad Buzet i TZ Grada Buzeta	Kreirati vizualni i verbalni identitet Buzeta koji će komunicirati cjelokupnu priču	2020.	Kreiran i od strane dionika prihvaćen jedinstveni vizualni identitet Buzeta
Revitalizacija starogradske jezgre	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, Istarska županija	Sanacija derutnih građevina, definiranje zona bez automobila, uređenje vrtova s ljekovitim biljem unutar zidina, osmišljavanje atrakcija temeljenih na starim zanatima (palača Moretti i Karolinina kuća)	2021-2026.	Otvoreni interpretacijski centri starih zanata, uređene građevine starogradske jezgre, uređeni vrtovi
Objedinjavanje i brendiranje cjelokupne outdoor ponude	TZ Grada Buzeta i privatne inicijative	U cilju jačanja brenda formirati Outdoor centar kao početnu točku za sve aktivnosti i promovirati cjelokupnu ponudu. Uređenje postojećih i novih staza i šetnica	2020 – 2022.	Otvoren outdoor centar, uređene staze i šetnice, objedinjeni promotivni materijali
Jače brendiranje gastronomske ponude	Ugostitelji, TZ Grada Buzeta	Obogaćivanje gastronomske ponude, udruživanje u promociji i predstavljanju, uvrštavanje ugostiteljske ponude u razne vodiče	kontinuirano	Uključenost u gastro vodiče, dobivene oznake kvalitete, zajednički organizirane gastro događaje
Jačanje brenda tartufa	Grad Buzet	Postavljanje oznaka i osmišljavanje novih atrakcija na području Buzeta na temu tartufa	2020 – 2022.	Postavljene nove oznake i atrakcije
Storytelling u cilju izazivanja pozitivnih emocija kod turista	TZ Grada Buzeta, privatne inicijative, udruge	Unapređenje ponude pričama koje izazivaju emociju, a uporište im može biti u povijesti, mitovima, legendama...	kontinuirano	Promotivni materijali obogaćeni pričama

Poznate osobe kao ambasadori – promotori brenda	TZ Grada Buzeta	Angažman influencera u promociji destinacije Dovođenje popularnog MasterChefa na gastro događaje	kontinuirano	Angažirane poznate osobe barem jednom godišnje
Razne nagrade i oznake kvalitete i izvornosti čime se jača vidljivost	TZ Grada Buzeta, privatne inicijative	Subvencionirati inicijative za dobivanjem nagrada i oznaka kvalitete	2020 – 2025.	Broj dobivenih novih oznaka i nagrada
Objedinjavanje postojećih događaja	TZ Grada Buzeta	U cilju jačanja promocije predlaže se objedinjavanje događaja npr. Jesen u Buzetu koja bi počinjala Subotinom, a završila Vikend festivalom tartufa.	godišnje	Objedinjeni promotivni materijal
Osmišljavanje i izrada autohtonih suvenira koji će podupirati brendove	TZ Grada Buzeta, privatne inicijative	Nagrade za najbolje osmišljeni autohtoni suvenir	kontinuirano	Novi autohtoni suveniri u ponudi
Izgradnja programa vjernosti (loyalty programi)	TZ Grada Buzeta, privatne inicijative	Osmisliti destinacijsku karticu s popustima za stalne goste	kontinuirano	Broj izdanih loyalty kartica, broj članova u bazi
Evaluacija snage brenda	TZ Grada Buzeta	Mjerenje zadovoljstva gostiju	godišnje	Provedena anketna istraživanja jednom godišnje

Strateški cilj 3. Prepoznatljivost na tržištu – Prioritet 3.2. Razvoj novih brendova

Mjere / aktivnosti	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Izgradnja brenda novih turističkih proizvoda	Grad Buzet, TZ Grada Buzeta, privatne inicijative	Postoji veliki potencijal za razvoj brendova poput: Vodena priča Buzeta; Kaštel Petrapilosa; Rudnik Minjera	2020 -2026.	Jednogodišnje anketiranje turista o snazi brenda
Osmišljavanje i brendiranje novih događaja	TZ Grada Buzeta, privatne inicijative, udruge	Javni poziv uz potporu za osmišljavanje i organizaciju novih događaja	godišnje	Osmišljena i organizirana barem tri nova događaja do 2026.
Objedinjavanje ponude s ostalim subjektima u okruženju u kreiranju novih brendova	TZ Grada Buzeta, nositelji ponude	Suradnja i zajednički nastup na tržištu cijelog područja Ćićarije ili objedinjavanje ponude freskoslikarstva cijele Istre u jedinstven atraktivan proizvod	2021.	Prezentirani novi objedinjeni proizvodi, vidljivo iz zajedničkih promotivnih materijala

Poticati i subvencionirati dobre ideje i kreativna rješenja privatnih poduzetnika u cilju razvoja novih brendova	Grad Buzet	Javno prikupljanje prijedloga i subvencije	godišnje	Odabrani i subvencionirani najbolji prijedlozi
Korištenje mogućnosti proširene stvarnosti kao posebne atrakcije	Grad Buzet i TZ Grada Buzeta	Osmisliti interesantne priče i doživljaje korištenjem proširene stvarnosti unutar starog grada ili kaštela Petrapilosa	2022-2024.	Kreirani minimalno jedan novi doživljaji temeljeni na proširenoj stvarnosti

Strateški cilj 3. Prepoznatljivost na tržištu – Prioritet 3.3. Integrirana marketinška komunikacija

Mjere / aktivnosti	Nositelj/podupiratelj	Predložene aktivnosti (opis)	Vremenski period	Pokazatelji uspješne implementacije/indikatori
Izrada komunikacijske strategije	TZ Grada Buzeta	Analiza ciljnih tržišta Oblikovanje ključnih poruka Odabir kanala distribucije sadržaja	2021 - 2023	Izrađena komunikacijska strategija Buzeta
Interaktivne aplikacije	TZ Grada Buzeta	Kreiranje aplikacije s cjelokupnom ponudom destinacije na mapi	2023 - 2025	Dostupna aplikacija za besplatno preuzimanje
QR kodovi kao vodiči kroz destinaciju	TZ Grada Buzeta	Edukativne i zanimljive priče na važnim lokacijama dostupne na nekoliko stranih jezika koje se aktiviraju QR kodom	2023 - 2025	Postavljene QR oznake na zanimljivim lokacijama
Interakcija s turistima putem društvenih mreža	TZ Grada Buzeta i nositelji ponude	Kreiranje hashtagova, preporuke, UGC (User-generated content) kao sadržaj kojeg su sami korisnici stvorili i podijelili na društvenim mrežama, Motivacija kroz razne vrste nagrađivanja (npr fotografija s najviše lajkova ili dijeljenja)	kontinuirano	Uključenost turista u kreiranje sadržaja na društvenim mrežama, što je vidljivo pregledom stranica na društvenim mrežama
Uključivanje u kampanje udruženog destinacijskog oglašavanja i suradnje nositelja ponude	TZ Grada Buzeta, TZ Istre	Uključivanje u promotivne aktivnosti TZ Istre	prigodno	Realizirano udruženo oglašavanje
Kalendar događanja	TZ Grada Buzeta	Kalendar događanja dostupan na web stranici TZ i stranicama društvenih mreža	kontinuirano	Ažuriran kalendar
Dijalog s građanima	Grad Buzet	Osigurati mogućnost komunikacije s građanima putem web stranice Grada	kontinuirano	Baza komunikacijskih poruka s građanima

8.5. Scenarij razvoja

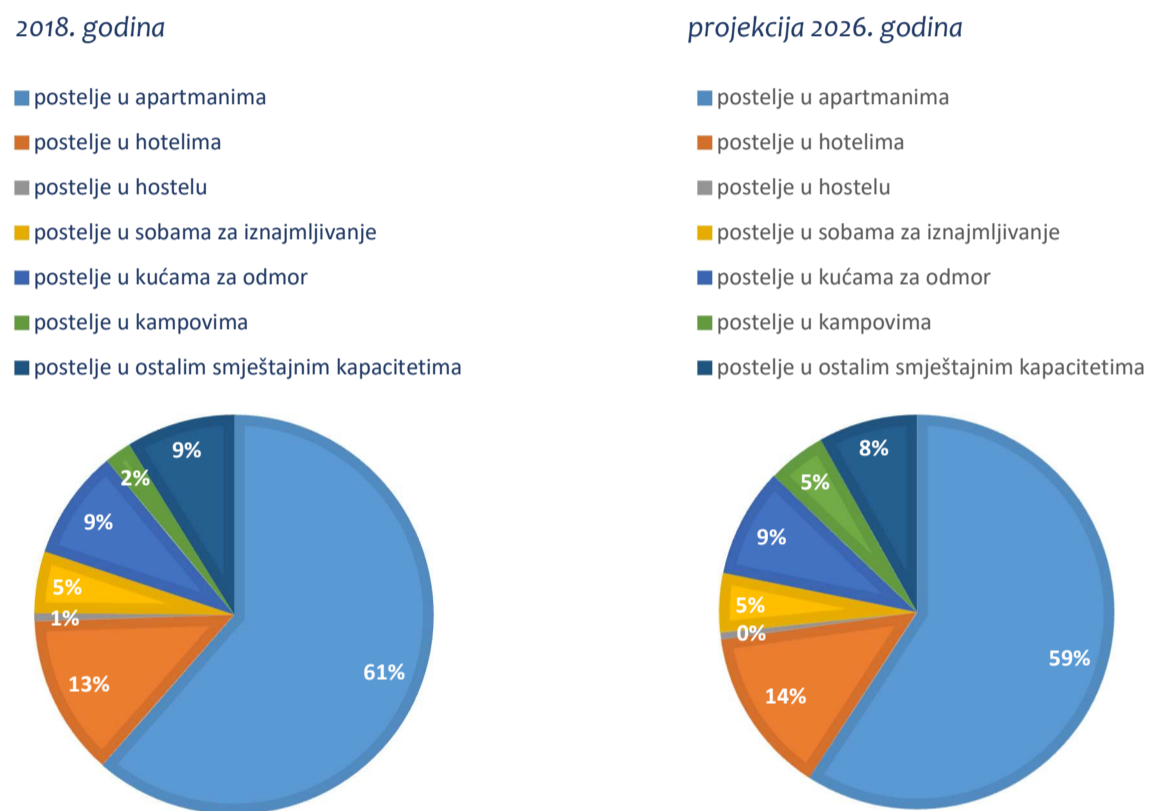
Realizacijom ciljeva, prioriteta i mjera mogu se očekivati određeni rezultati poboljšanja valorizacije i doprinosa turizma cjelokupnom gospodarstvu.

Smještajni kapaciteti

Prilikom planiranja strukture smještajnih kapaciteta uvažena je činjenica da u gradu Buzetu prema važećim Izmjenama i dopunama Prostornog plana Grada Buzeta iz 2018. godine ima vrlo malo slobodnog prostora namijenjenog za nove turističke namjene. Na području grada Buzeta puno je prostora prekriveno šumom i vodom, te je zbog toga prostor na kojem bi se mogao odvijati cjelokupni razvoj, pa tako i turistički veoma ograničen. Zbog toga razloga se je povećanje smještajnih kapaciteta planiralo u ograničenim količinama.

Povećao bi se ukupan broj postelja za cca 12%³ što bi rezultiralo s ukupno 1.570 postelja (1.335 stalnih i 235 pomoćnih) do 2026. godine. Pri tome bi došlo do najvećeg postotnog povećanja u posteljama smještenim u kampovima – 40%, zatim postelja smještenim u hotelima (17%), kućama za odmor (15%), apartmanima i sobama za iznajmljivanje (10%) te ostalo (5%).

Grafikon 29. Struktura smještaja (po posteljama) grada Buzeta 2019. i 2026. godine



Izvor: podaci TZ Grada Buzeta i kalkulacija autora. Kao polazište za procjenu uzeti su pokazatelji rasta u razdoblju 2014-2018., kao i planovi Uprave Grada Buzeta i poduzetnika.

³ Za 2019. godinu ukupno 1.375 postelja – podatci TZ Grada Buzeta

Najveće povećanje ostvariti će se u posteljama koje su smještene u kampovima. Trenutno je u fazi realizacije kamp smješten u Roču koji će imati 75 smještajnih jedinica. Nakon toga planirano je povećanje smještajnih kapaciteta u hotelima. Naime, difuzni hotel bi se mogao otvoriti u Starom gradu (repcija) sa smještajnim kapacitetima lociranim u ostalim mjestima grada Buzeta. Karakteristike difuznog hotela su: pojačanje aspekta gostoljubivosti u sklopu turističke ponude, promoviranje kraćih boravaka, upoznavanje kulturoloških koncepata i nuđenje bolje mogućnosti upoznavanja kulture destinacije, a to je upravo ono na čemu se temelje postavljeni ciljevi i prioriteta razvoja turizma grada Buzeta. Nakon toga planirane su nove smještajne jedinice smještene u kućama za odmor te apartmanima. Danas je trend obnove starih ruralnih kuća ili adaptacije/prenamjene postojećih prostora u apartmane te se u tom smislu vidi povećanje kapaciteta u ovom segmentu. Planirana struktura smještajnih kapaciteta biti će prilagođena predviđenim turističkim proizvodima grada Buzeta.

Dolasci i noćenja turista⁴

U razdoblju 2009.-2018. broj dolazaka raste s prosječnom godišnjom stopom od 16,5%, a broj noćenja s prosječnom godišnjom stopom od 20%. Budući da je u početku promatranog razdoblja turizam bio u početnim fazama i ostvarene stope rasta su bile velike, ne može se očekivati da će se nastaviti takve stope rasta. Zbog toga je za dolaske uzeta prosječna godišnja stopa rasta od 9,2%, dok za noćenja od 10,8%. Primjenom takvih stopa došli bi do slijedećih rezultata:

Tabela 30. Projekcija broja dolazaka i noćenja turista na području grada Buzeta u razdoblju 2018.-2026.

Godina	Broj dolazaka	Broj noćenja
Početna godina 2018.	17.685	56.843
2019.	19.312	62.982
2020.	21.088	69.784
2021.	23.028	77.320
2022.	25.146	85.670
2023.	27.459	94.922
2024.	29.985	105.173
2025.	32.743	116.531
2026.	35.755	129.116

Izvor: podatci Državnog zavoda za statistiku za 2018. godinu, ostalo projekcija autora

Na temelju ovih podataka može se izračunati broj noćenja po dolasku. U 2018. godini on je iznosio 3,2 dana, dok bi u 2026. godini iznosio 3,6 dana.

Budući da na području grada Buzeta već postoje kapaciteti i nema mogućnosti velikog povećanja s povećanim brojem noćenja porasla bi i popunjenost kapaciteta koja bi u 2026. godini iznosila 82 dana ili 22,5%. U odnosu na početnu promatranu godinu (2018.) to je porast za 20% u razdoblju od 8 godina. Mora se uzeti u obzir činjenica da određeni broj ciljeva i prioriteta se neće realizirati odmah u početnoj godini već je za njihovu realizaciju potreban određeni vremenski period.

⁴ U ovu analizu nisu uključeni izletnici (ljudi koji posjećuju Buzet na jedan dan), no potrebno je za naglasiti da će i njihov broj rasti i tako će i doprinos turizma biti još veći.

8.6. Monitoring

Strateški plan razvoja turizma na području grada Buzeta sastoji se od niza razrađenih mjera koje doprinose postizanju strateških ciljeva i prioriteta te ostvarenju vizije.

Strateški ciljevi se prvenstveno odnose na razvoj turističke infrastrukture, značajno unapređenje i diverzifikaciju turističke ponude te prepoznatljivost na tržištu.

Slika 13. Koraci za provedbu Strategije



Izvor: obrada autora

Iz svega navedenog se jasno može iščitati kako je izrada Strategije razvoja turizma samo početak cijelog procesa razvoja te da su se izradom ovog dokumenta postavili temelji budućeg turističkog razvoja. U cilju uspješne implementacije Strategije veoma je važno identificiranje novih momenata, mogućih ograničenja i prepreka za daljnji razvoj na području grada Buzeta, kao i identificiranje novih tržišnih prilika ili pozitivnih utjecaja iz okruženja. Primjenom Strategije u praksi tek predstoje pravi izazovi te u tom kontekstu posebnu važnost treba posvetiti uspostavi monitoringa, koji treba osigurati pravodobnu identifikaciju problema pri budućem razvoju, uz preporučene mjere za njihovo rješavanje. Prilikom monitoringa primjene Strategije potrebno je pratiti razinu ostvarenja strateških ciljeva, prioriteta i mjera. Monitoring napretka provedbe Strategije potrebno je provoditi na godišnjoj osnovi čime će se osigurati informacije o provedenim aktivnostima s podacima o

nositeljima provedbe, uključenim finansijskim sredstvima i njihovim izvorima te ostvarenim ili očekivanim rezultatima. Važno je za naglasiti da predviđeni monitoring treba prerasti u trajni kontrolni mehanizam te je to ujedno i potvrda da se izradom Strategije razvoja turizma Grada Buzeta proces ne završava već se konstantno unaprjeđuje, a zainteresirani dionici se kontinuirano uključuju u monitoring, čime razvoj postaje predmetom stalnog istraživanja u interesu svih zainteresiranih strana.

9. MODEL FINANCIRANJA INFRASTRUKTURNIH PROJEKATA U TURIZMU

U cilju uspješne realizacije Strategije razvoja turizma grada Buzeta potrebno je primjenjivati posebne razvojne i druge mjere i programe podrške kao izvore financiranja. Po usvajanju, Strateški plan razvoja turizma, postaje dokument koji zahtjeva operacionalizaciju na sljedeći način:

- a) prikupljanje projekata putem natječaja,
- b) njihovo rangiranje i
- c) definiranje načina financiranja.

U nastavku se iznosi pregled postojećih programa potpore na razini Republike Hrvatske i Europske unije čijim korištenjem se može direktno doprinijeti implementaciji razvoja turizma na području grada Buzeta.

Programi raspoloživi na razini Republike Hrvatske

Sve informacije, uvjeti i službena procedura dostupni su zainteresiranim u relevantnim institucijama/tijelima zaduženima za provedbu te je svakako potrebno prije pristupanja provjeriti njihov status, uključivši raspoloživost novih programa koji mogu biti od interesa investitorima na području grada Buzeta.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

Ministarstvo turizma na godišnjoj bazi nudi različite projekte i potpore raznolikim turističkim razvojnim idejama i inicijativama, koje provodi samostalno i/ili u suradnji s Hrvatskom bankom za obnovu i razvitak (HBOR), Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) i drugima (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2019.).

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)

HBOR provodi *Program kreditiranja turističkog sektora* čiji je cilj realizacija investicijskih projekata malih i srednjih te velikih poduzetnika u turističkoj djelatnosti, a kojima se stvaraju uvjeti za poticanje zapošljavanja, produženje turističke sezone te povećanje prihoda u turizmu s ciljem podizanja konkurentnosti turističkih destinacija.

Program uključuje poticanje ulaganja u:

- a. Objekte iz skupine „hoteli“ – u cilju unapređenja smještajne ponude;
- b. Objekte iz skupine „kampovi“;
- c. Objekte iz skupine „ostali ugostiteljski objekti za smještaj“;
- d. Povećanje flote malih obiteljskih „plovećih hotela“;
- e. Zaštitu i očuvanje kulturne baštine u funkciji turizma;
- f. Obogaćivanje raznovrsnosti novih usluga i sadržaja uz smještajne objekte -sportski, zdravstveni, nautički i sl.;
- g. Unapređenje ostale destinacijske turističke ponude i sadržaja - tematski parkovi, golf vježbališta, akvariji, muzejsko-izložbeni prostori, luke nautičkog turizma i ostali sadržaji za povećanje konkurentnosti destinacije.

Osim prethodno navedenog, svake godine HBOR kreditira nabavu roba i usluga u cilju pripreme turističke sezone radi kvalitetnog pružanja usluga turistima pod nazivom *Program kreditiranja pripreme turističke sezone*. Cilj Programa je kreditiranje pripreme turističke sezone tekuće godine radi kvalitetnog pružanja usluga turistima.

Programom kreditiranja omogućuje se povezivanje turističkog sektora sa sektorom proizvodnje i usluga u cilju poticanja konkurentnosti kako proizvođača i dobavljača, tako i turističkih subjekata. Ulaganja uključuju nabavu hrane, pića, sitnog inventara, troškove tekućeg održavanja, troškove plaća, režijske troškove i slično. Korisnici kredita mogu biti: trgovačka društva, obrtnici i ustanove u djelatnosti turizma.

Sporazumom potpisanim u veljači 2019. godine između Ministarstva turizma i HBOR-a omogućeno je i *kreditiranje privatnih iznajmljivača* putem poslovnih banaka. Cilj Programa je ujednačavanje standarda smještajnih objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, podizanje ukupne razine kvalitete i dodatne ponude privatnog smještaja te u konačnici poboljšanje popunjenosti kapaciteta i jačanje cjelogodišnjeg turizma (<https://www.hbor.hr/tema/turizam/>).

Hrvatska turistička zajednica (HTZ)

HTZ svake godine dodjeljuje bespovratna sredstva putem programa potpora s ciljem unapređenja proizvoda, stvaranja prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma i zemlje u cjelini, te obogaćivanja ponude u pred i posezoni.

Programi raspoloživi na razini Istarske županije

Istarska županija za 2019. godinu osigurava financijska sredstva za provedbu sljedećeg projekta:

- Projekt *Eco domus*- raspisan je javni poziv za pravne i fizičke osobe registrirane za pružanje usluga smještaja na području Istarske županije kako bi se uključili u projekt certificiranja eko prijateljskog smještaja u Istri. Cilj poziva je uključivanje u projekt privatnih iznajmljivača koji žele svoje sadržaje i usluge prilagoditi i nuditi gostima na odgovoran i održiv način (<http://www.istra-istria.hr/index.php?id=6>).

Programi Europske unije

Republici Hrvatskoj je u financijskom razdoblju 2014.-2020. iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura. 8,397 milijardi eura je predviđeno za ciljeve kohezijske politike, dok je 2,026 milijarde eura predviđeno za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2019.). Ovim ulaganjima Europska unija želi razviti gospodarstvo koje će biti ekološki prihvatljivo i u kojem će se učinkovito raspolagati resursima, ojačati konkurentnost, podupirati aktivne mjere zapošljavanja i suzbiti socijalnu isključenost.

Za korištenje ESI fondova ključan je strateški okvir jer se novac usmjerava na postizanje ciljeva identificiranih unutar određenog strateškog okvira. Strateški okvir je niz javnih politika (strategija, uredbi, zakona, podzakona itd.) koji sadržavaju ciljeve i smjernice za razvoj Europske unije i određene države članice, ali i prioritete koji će se financirati.

U Republici Hrvatskoj ESI fondovi u financijskom razdoblju 2014.-2020. raspoređeni su kroz četiri programa: *Operativni program iz područja konkurentnosti i kohezije*, *Operativni program iz područja učinkovitih ljudskih potencijala*, *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske* i *Operativni program za pomorstvo i ribarstvo*.

Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. temeljni je programski dokument kojim se provodi kohezijska politika Europske unije i doprinosi cilju Ulaganje za rast i radna mjesta kroz poticanje ulaganja u infrastrukturne investicije i pružanje potpore razvoju poduzetništva i istraživačkih djelatnosti. Upravljačko tijelo za *Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.* je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. U sklopu spomenutog programa Republici Hrvatskoj je na raspolaganju 6,8 milijardi EUR-a od čega su 4,3 milijarde EUR-a iz Europskog fonda za regionalni razvoj i 2,5 milijardi EUR-a iz Kohezijskog fonda (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-konkurentnost-i-kohezija/>).

Prioriteti u okviru *Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.* (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-konkurentnost-i-kohezija/>):

1. Zaštita okoliša i održivost resursa;
2. Povezanost i mobilnost;
3. Poslovna konkurentnost;
4. Jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija;
5. Promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije;
6. Socijalno uključivanje i zdravlje;
7. Korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija;
8. Klimatske promjene i upravljanje rizicima;
9. Obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.

Europski socijalni fond jedan je od temeljnih strukturnih instrumenta Europske unije kojim se državama članicama pruža potpora za ulaganje u ljudski kapital i jačanje konkurentnosti europskog gospodarstva. Ukupna vrijednost *Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.* iznosi 1,85 milijardi EUR-a, od čega se 1,58 milijardi financira iz Europskog socijalnog fonda (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-ucinkoviti-ljudski-potencijali-2014-2020/>). Upravljačko tijelo za *Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.* je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Osnovni cilj ovog *Operativnog programa* je pridonijeti rastu zapošljavanja i jačanju socijalne kohezije u Hrvatskoj. U tu svrhu razrađena su ulaganja u četiri temeljna područja, odnosno prioritetne osi.

Prioriteti u okviru *Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.* (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-ucinkoviti-ljudski-potencijali-2014-2020/>):

1. Visoka zapošljivost i mobilnost radne snage
2. Obrazovanje i cjeloživotno učenje
3. Socijalno uključivanje
4. Dobro upravljanje

Za *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.* nadležno je Ministarstvo poljoprivrede. Ukupna alokacija za *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020.* iznosi 2,4 milijarde

EUR-a, od čega se 2 milijarde EUR-a financiraju iz Europskog fonda za ruralni razvoj, a ostatak iz sredstava nacionalnog proračuna Republike Hrvatske (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/program-ruralnog-razvoja-2014-2020/>).

Mjere za turizam (<https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/program-ruralnog-razvoja-2014-2020/>):

1. Mo6 Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja
2. Mo7 Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima
3. Mo8 Ulaganje u razvoj šumskog područja i u poboljšanje održivosti šuma

Programi Unije

Programi Unije predstavljaju integrirani niz aktivnosti koje usvaja Europska unija u svrhu promicanja suradnje između država članica u različitim područjima povezanim sa zajedničkim politikama Europske unije. Punopravnim članstvom u Europskoj uniji Hrvatska sudjeluje u svim postojećim Programima Unije te prestaje biti obavezna uplaćivati godišnje članarine.

Programi za turistički sektor:

1. COSME
2. Easi
3. Life
4. Obzor 2020.
5. Kreativna Europa
6. Erasmus +

COSME

Program Europske unije za konkurentnost malih i srednjih poduzetnika. Ukupni proračun COSME-a iznosi 2,3 milijarde EUR-a, a glavna zadaća mu je smanjenje nezaposlenosti, povećanje konkurentnosti, razvoj poduzetništva i stvaranje pozitivne poduzetničke klime (<https://strukturnifondovi.hr/program-za-konkurentnost-poduzetnistva-i-msp-a-cosme-programme-for-the-competitiveness-of-enterprises-smes/>).

Prioriteti za turizam:

- Olakšavanje pristupa financiranju za MSP (Instrument kapital za rast i Instrument za garancije zajmova);
- Olakšavanje pristupa tržištu (Enterprise Europe Network);
- Bolji pristup instrumentima za konkurentnost i održivost poduzeća Europske unije (Akcijski plan turizma);
- Promicanje poduzetništva i poduzetničke kulture (Erasmus za mlade poduzetnike).

EaSI

Program za zapošljavanje i socijalne inovacije promovira visoku razinu kvalitete i održivog zapošljavanja uz garanciju dostatne i dolične socijalne zaštite, borbu protiv socijalne isključenosti i siromaštva te poboljšanje radnih uvjeta. Proračun programa iznosi 919,5 milijuna EUR-a (<https://strukturnifondovi.hr/program-za-zaposljavanje-i-socijalne-inovacije-easi-employment-and-social-innovation/>).

Prioriteti za turizam (<http://arhiva.strukturnifondovi.hr/easi/>):

- Eures - mreža za promicanje radne pokretljivosti
- Progress - program za zapošljavanje i društvenu solidarnost
- Mikrofinanciranje i socijalno poduzetništvo.

Eures - mreža za radnu pokretljivost koja pruža informacije, smjernice i usluge zapošljavanja poslodavcima, tražiteljima zaposlenja i svakom građaninu koji želi iskoristiti prednosti slobodnog kretanja radnika; pokriva dio troškova MSP-a za osposobljavanje novozaposlenih, kao i dio putnih troškova kod odlaska na razgovor za posao ili za preseljenje zbog pronalaska posla;

Progress - potpora za ispitivanje socijalnih inovacija i inovacija na području politika tržišta rada kao i eksperimentiranja na tržištu rada (tj. testiranje inovativnih politika na nižoj razini te njihova šira primjena ukoliko se pokažu uvjerljivima);

Mikrofinanciranje - potpora uspostavljanju ili razvoju malog poduzeća te za investicije, leasing ili potreban kapital za rad;

Socijalno poduzetništvo - olakšavanje pristupa financiranju socijalnog poduzetništva.

LIFE

Financijski instrument koji daje podršku projektima za zaštitu okoliša i prirode. Proračun programa iznosi 3,4 milijarde EUR-a, a glavni cilj Programa LIFE je doprinijeti implementaciji, ažuriranju i razvoju EU politika i zakonodavstva iz područja okoliša i klime kroz sufinanciranje projekata koji imaju europsku dodanu vrijednost (<https://strukturnifondovi.hr/life/>).

Prioritetna područja za turizam:

Zaštita okoliša

- Okoliš i učinkovito korištenje resursa;
- Bioraznolikost;
- Okolišno upravljanje i informacije.

Obzor 2020. (Horizon 2020)

Program Europske unije za istraživanje i inovacije za razdoblje od 2014. do 2020. godine. Obzor 2020. dio je javnih politika Europske unije za stvaranje novog rasta i radnih mjesta u Europi. To je program koji je usmjeren na izvrsnost u istraživanjima i inovacijama, na povećanje konkurentnosti industrije s osobitim naglaskom na malim i srednjim poduzećima te na rješavanje društvenih izazova putem interdisciplinarnog pristupa, integriranja društvenih i humanističkih znanosti te europske dodane vrijednosti projekata. Proračun za Obzor 2020. iznosi 78,6 milijardi EUR-a, a njegova tri glavna prioriteta su (<https://strukturnifondovi.hr/obzor-2020-horizon-2020/>):

- Izvrsna znanost
- Industrijsko vodstvo
- Društveni izazovi.

Kreativna Europa

Program Kreativna Europa podupire kulturni i kreativni sektor s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju. Glavni cilj mu je pomoći kulturnim i kreativnim industrijama u transnacionalnom djelovanju, kolanju radova s područja kulture te mobilnosti djelatnika i umjetnika

na području kulturne i kreativne industrije. Proračun programa iznosi 1,46 milijardi EUR-a (<https://strukturnifondovi.hr/kreativna-europa-creative-europe/>).

Prioriteti za turizam:

- Potprogram za kulturu
- Potprogram za medije
- Međusektorski potprogram za projekte suradnje kulturnih i kreativnih industrija te audio – vizualnih industrija.

ERASMUS +

Program čiji je cilj povećati zapošljivost i vještine, kao i modernizirati obrazovanje i osposobljavanje mladih. Proračun programa iznosi 14,7 milijardi EUR-a, dok proračun programa za Republiku Hrvatsku iznosi 1,25 milijardi kuna (<https://strukturnifondovi.hr/kreativna-europa-creative-europe/>). Program povezuje sedam programa iz prethodnog razdoblja (Program cjeloživotnog učenja - Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius i Gruntvig; Erasmus Mundus; Tempus; Alfa; Edulink i program suradnje između industrijaliziranih zemalja).

Prioriteti za turizam:

- Programi za mobilnost studenata i profesora visokoškolskih obrazovnih ustanova
- Programi za mobilnost učenika i profesora srednjoškolskih strukovnih obrazovnih ustanova
- Programi suradnje obrazovnih ustanova, poduzetnika, lokalne i regionalne uprave, civilnog sektora;
- Programi za neprofitna europska sportska događanja.

Sukladno prethodnom popisu, može se zaključiti kako postoje programi podrške kao izvori financiranja, no u trenutku istraživanja ih nije bilo mnogo aktivno na razini Republike Hrvatske i Istarske županije. Očekuje se kako će se u bliskoj budućnosti zasigurno pojaviti novi modaliteti, odnosno mjere i programi podrške. Na lokalnim činiteljima razvoja turizma grada Buzeta je da nastave pratiti mjere i programe podrške koji će se tek pojaviti.

SAŽETAK

Kako bi se Strateški plan razvoja turizma na području grada Buzeta uspješno realizirao potrebno je primjenjivati različite razvojne i druge programe podrške kao izvore financiranja. Svake godine se na razini Republike Hrvatske raspisuju različiti natječaji za programe potpore preko Ministarstva turizma, Hrvatske banke za obnovu i razvoj i Hrvatske turističke zajednice te također postoje i različiti programi na razini Europske unije, a na lokalnim činiteljima razvoja grada Buzeta je da prate daljnji razvoj i način korištenja tih programa.

10. SUSTAV KVALITETE

Na zadovoljstvo turista boravkom u destinaciji utječe niz elemenata kao primjerice gostoljubivost, ponuda u destinaciji, sigurnost, čistoća, infrastruktura, iskustvo prije i nakon dolaska. Navedeno zahtijeva integrirani pristup upravljanju kvalitetom u destinaciji kojeg karakterizira usmjerenost na zadovoljstvo turista, zadovoljstvo lokalnog stanovništva, zadovoljstvo pružatelja turističkih usluga te kvalitetu okoliša. Upravljanje kvalitetom u destinaciji ima ulogu objedinjavanja što većeg broja subjekata i jačanja suradnje među dionicima.

Kod ovakvog je pristupa fokus stavljen na turiste i ispunjavanje njihovih zahtjeva te uključivanje lokalnog stanovništva i nositelja ponude u upravljanje destinacijom i kao sudionika i kao korisnika procesa upravljanja.

Integrirani pristup kvaliteti destinacije uključuje sljedeće aktivnosti:

1. Razumijevanje potreba turista i kontinuirano praćenje njihovih očekivanja i zadovoljstva elementima kvalitete destinacije te osiguranje povratnih informacija
2. Primjena i komunikacija standarda kvalitete za nositelje turističke ponude
3. Potpora razvoju kvalitete nositeljima turističke ponude kroz edukacije
4. Praćenje učinaka turizma na lokalnu ekonomiju, zajednicu i okoliš

Slika 14. Elementi integriranog pristupa kvaliteti destinacije



Kako bi turistička destinacija postigla dobre rezultate potrebno je redovito pratiti zadovoljstvo turista uslugama u turističkoj destinaciji pri čemu je potrebno uzeti u obzir sve elemente u lancu vrijednosti u turizmu (Slika 15.).

Slika 15. Lanac vrijednosti u turizmu



Izvor: European commission, Towards quality rural tourism, Integrated quality management (IQM) of rural tourist destination, Brussels, 2000., str. 11.

Prilikom se ispitivanja zadovoljstva turista treba fokusirati za zadovoljstvo svim elementima kvalitete koji utječu na percepciju turista. U tom se dijelu i dalje mogu koristiti elementi kvalitete koji su korišteni prilikom ispitivanja stavova turista u okviru izrade ove Strategije: dostupnost i infrastruktura, resursno-atraksijska osnova, smještajni kapaciteti i objekti hrane i pića, ostale usluge, promocija i sustav informiranja turista te opći elementi. Ispitivanje zadovoljstva turista potrebno je provoditi na godišnjoj bazi sa ciljem praćenja rezultata po pojedinim elementima kao i ostvarenih poboljšanja. U okviru ankete može se ponuditi i pitanje otvorenog tipa gdje turisti mogu davati svoje prijedloge i komentare.

Standardi kvalitete

Nastojanja usmjerena na poboljšanje kvalitete između ostalog rezultirala su standardizacijom turističkih i ugostiteljskih usluga kako na nacionalnom tako i na međunarodnom planu. To uključuje između ostalog sustave kategorizacije smještajnih objekata te standarde i oznake kvalitete razvijene za pojedine segmente ponude. Standardi se kvalitete mogu odnositi na niz sadržaja u destinaciji od smještaja, ugostiteljskih objekata, događaja, ostalih sadržaja, infrastrukture.

U kontekstu se standardizacije kvalitete ponude Buzeštine dodatno može unaprijediti kvaliteta obiteljskog smještaja uključivanjem objekata u domaćinstvu u sustav *Istra Bike&Bed* (trenutno je oznaka kvalitete za obiteljski smještaj *Domus Bonus* u fazi poboljšanja te se priprema nova strategija brenda). Na području Buzeta trenutno su 4 objekta uključena u ovaj sustav.

Održivost uz kvalitetu predstavlja jedan od važnih preduvjeta konkurentnosti destinacije te proaktivan pristup očuvanju prirodnih i društvenih resursa i prihvaćanje načela održivosti otvara mogućnosti boljeg tržišnog pozicioniranja. Sa ciljem poticanja privatnih iznajmljivača na diverzifikaciju i podizanje kvalitete smještaja kroz usklađivanje s načelima održivog razvoja i održivog turizma potrebno je dodatno ih poticati na certificiranje Eko prijateljskog smještaja - *Eco Domus* (na ovom području jedan objekt ima *Eco Domus* oznaku).

Eko i oznake kvalitete dodatno potiču izvrsnost u ponudi obiteljskog smještaja te doprinose promociji i jačanju konkurentnosti kako destinacije tako i privatnih iznajmljivača. U tom kontekstu, standardizacija kvalitete obiteljskog smještaja, predstavlja okvir za unapređenje kvalitete, a time i obogaćivanja turističke ponude u destinaciji.

S aspekta unapređenja kvalitete i odnosa prema okolišu hoteli na ovom području mogu implementirati sustav upravljanja kvalitetom i okolišem i pri tome kao okvir koristiti međunarodne standarde *ISO 9001:2015* / *ISO 14001:2015*.

Segment se ugostiteljske ponude dodatno može unaprijediti kroz poticanje uključivanja ugostiteljskih objekata na području Bužeštine (konobe, restorani, vinski podrumi, proizvođači maslinova ulja) u sustav ocjenjivanja kvalitete Enogastrovodič kroz Istru – Istra gourmet. Pored navedenog sustava ugostiteljski se objekti u budućnosti mogu poticati i na uključivanje u nacionalne sustave kao što je sustav Dobri restorani, u okviru kojeg postoji posebna kategorija za tradicionalne restorane i međunarodne sustave kao što su Michelin Guide i Gault & Millau.

S aspekta je unapređenja kvalitete također potrebno ukazati i na mogućnost unapređenja kvalitete ponude događaja na području grada Buzeta. Kao alat se može koristiti anketa za posjetitelje koja bi uključila pitanja vezana uz ocjenu elemenata ponude (npr. kulturni sadržaji, ponuda hrane i pića, gostoljubivost lokalnog stanovništva, zabavni sadržaji, sadržaji za djecu, ponuda autohtonih proizvoda, dostupnost turističkih informacija, sigurnost, vrijednost za novac), motive dolaska, prosječnu potrošnju, lojalnost.

Neovisno o kojem se standardu kvalitete radi od izuzetne je važnosti za njihovu primjenu u praksi podizanje svijesti i edukacija pružatelja usluga o važnosti kvalitete i njenoj ulozi u povećanju zadovoljstva gostiju.

Zadovoljstvo nositelja turističke ponude

Važan element u ostvarivanju kvalitete destinacije je i zadovoljstvo nositelja turističke ponude a povratne informacije dobivene kroz ankete predstavljaju osnovu za daljnje provođenje aktivnosti destinacijskom menadžmentu. Pitanja se u anketi primjerice za smještajne objekte mogu odnositi na kategorizaciju, posjedovanje nekog od certifikata, eko ili oznaka kvalitete, smještajnim kapacitetima, ostvarenom turističkom prometu kao i pitanjima vezanim uz njihovo zadovoljstvo sustavima potpore, ulaganjima u edukaciju, marketingom i promocijom u destinaciji. Pored ispitivanja zadovoljstva ove ciljne skupine uvažavajući interese i ostalih dionika potrebno je osigurati informacije o kvaliteti života lokalnog stanovništva te o utjecaju turizma na lokalnu ekonomiju. Navedeno je provedeno u okviru izrade ove Strategije.

Kroz ispitivanje se zadovoljstva turista, lokalnog stanovništva i nositelja turističke ponude osiguravaju podaci za mjerenje i ocjenjivanje kvalitete turističke destinacije primjenom QUALITEST-a koji se sastoji od 16 indikatora podijeljenih u dvije glavne skupine (European Commission 2003):

- *Indikatori kvalitete destinacije* (nositelji turističke ponude, podrška nositeljima turističke ponude, marketing i promocija, kvaliteta dobrodošlice, sigurnost i zaštita turista, kvaliteta zraka, kvaliteta okoliša)
- *indikatori kvalitete turističkog proizvoda* (komunikacija prije dolaska, dostupnost, transport, smještaj, informacije, gastronomija, sadržaji, kvaliteta kupališta⁵)

Kroz mjerenje i ocjenjivanje kvalitete turističke destinacije i turističkog proizvoda detektiraju se dobre strane te područja/aspekti u destinaciji koja je potrebno dodatno unaprijediti.

Da bi se mogao mjeriti stupanj zadovoljstva kvalitetom turističke destinacije i turističkog proizvoda, potrebno je organizirati zasebno statističko praćenje, i informiranje i analiziranje svih relevantnih podataka. Za sve sudionike turističke ponude u destinaciji to bi trebalo značiti povećanu kvalitetu

⁵ Nije primjenjivo za grad Buzet

podataka za poboljšavanje upravljanja destinacijom, ali i za praćenje ostvarene razine kvalitete u destinaciji.

Unapređenje kvalitete turističke ponude na području grada Buzeta može se postići kroz podizanje svijesti i edukaciju pružatelja usluga o važnosti kvalitete, razvoj i održavanje standarda kvalitete i okoliša, te redovitih provjera primjene standarda kao osnove za daljnja poboljšanja. Realizaciji tog cilja mogu doprinijeti edukativni program usmjereni na kvalitetu i zadovoljstvo gosta, primjenu načela održivog razvoja u praksi te poticanje gospodarskih subjekata na uključivanje u projekte dodjele eko i oznaka kvalitete.

POPIS LITERATURE

- 2019 Global Wellness Trends na www.globalwellnesssummit.com
- 9 Top-Rated Attractions in Montepulciano & Easy Day Trips, <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/montepulciano-i-to-mn.htm> (20.5.2019.)
- Aleja glagoljaša, <https://www.tz-buzet.hr/hr/kultura/glagoljica/aleja-glagoljaša> (6.5.2019.)
- Bohinj, <https://www.bohinj.si/>, preuzeto: 22.5.2019.
- Bravio delle Botti, <http://www.bravidellebotti.com/#home> (23.5.2019.)
- Brown, P., Man Walks into a Pub: A Socaible History of Beer, London: Pan Books., 2011.
- Domus Bonus - Istrian Quality Accommodation <https://www.istra.hr/hr/business-information/projekti/domus-bonus>
- Eco Domus – certificiranje Eko prijateljskog smještaja, <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=5036>
- Ein Juwel stellt der Schlosspark mit dem renovierten Leopoldinentempel und der Orangerie dar, <https://eisenstadt-leithaland.at/schlosspark.html>, preuzeto: 22.5.2019.
- Eisenstadt (Železno), <https://www.putovnica.net/odredista/austrija/eisenstadt-zeleznost>, preuzeto: 22.5.2019.
- European Commission, A manual for evaluating the quality performance of tourist destinations and services. Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2003.
- European commission, Towards quality rural tourism, Integrated quality management (IQM) of rural tourist destinations. Enterprise Directorate-General, Tourism Unit, Brussels, 2000
- Fabjanović, Đ., Roč, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2373> (6.5.2019.)
- Fučić, B., Glagoljski brevijar Vida Omišljanina (1396), <http://www.croatianhistory.net/glagoljica/vidom.html> (6.5.2019.)
- Fučić, B., Ročki glagoljski abecedarij, Slovo: časopis Staroslavenskoga instituta u Zagrebu, No. 25-26, 1976.
- Hall, C. M., i Mitchell, R.; Wine and food tourism. U: N. Douglas i R. Derret (Ured.). Special interest tourism. Sydney: Wiley, 2011.
- Hall, C.M., Mitchell, R.; Gastronomy, food and wine tourism. U: Tourism Business Frontiers: Consumers, Products, and Industry (ured.: D. Buhalis i C. Costa), Oxford, Elsevier., 2006.
- Hall, C.M., Sharples, L.; The consumption of experiences or the experience of consumption? An Introduction to the tourism of taste, U: Food Tourism Around the World, Development; ured: C.M. Hall, L.Sharples, R.Mitchell, N. Macionis, B.Cambourne; Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003.
- Haydnkirche (Bergkirche), <https://eisenstadt-leithaland.at/haydnkirche.html>, preuzeto: 22.5.2019.
- Histrica, Buzet, <http://historica.com/hr/istra/green/buzet/> (3.5.2019.)
- Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, <http://zadruga.coop/hr/evidencija-zadruga-i-zadruznih-saveza>
- Hrvatski restauratoski zavod, Buzet, crkva sv. Jurja, <http://www.h-r-z.hr/index.php/aktualno/europska-godina-kulturne-bastine/2892-buzet-crkva-sv-jurja> (7.5.2019.)
- <http://arhiva.strukturnifondovi.hr/easi>

- <http://istarska-pivovara.hr/vijesti/>
- http://www.buzet.hr/fileadmin/buzetski_list/buzetski_list_br3_small.pdf (7.5.2019.)
- <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=6>
- https://hr.wikipedia.org/wiki/Istra#/media/File:Map_Istrian_Dialects_Cakavian_Brozovic.svg
- <https://strukturfondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-konkurentnost-i-kohezija/>
- <https://strukturfondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/op-ucinkoviti-ljudski-potencijali-2014-2020/>
- <https://strukturfondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/program-ruralnog-razvoja-2014-2020/>
- <https://strukturfondovi.hr/kreativna-europa-creative-europe/>
- <https://strukturfondovi.hr/life/>
- <https://strukturfondovi.hr/obzor-2020-horizon-2020/>
- <https://strukturfondovi.hr/program-za-konkurentnost-poduzetnistva-i-msp-a-cosme-programme-for-the-competitiveness-of-enterprises-smes/>
- <https://strukturfondovi.hr/program-za-zaposljavanje-i-socijalne-inovacije-easi-employment-and-social-innovation/>
- <https://www.hbor.hr/tema/turizam/>
- Istra Gourmet 2019/2020, Enogastro vodič kroz Istru, Turistička zajednica Istarske županije
- Izmjene i dopune Prostornog plana Grada Buzeta 2018., Geoprojekt d.o.o., Opatija, 2018.
- Izvještaj o radu i financijski izvještaj za 2018. godinu, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, veljača 2019.
- Kuća fresaka u Draguču, <http://www.ppmi.hr/hr/lokacije/kuca-fresaka-u-dragucu/o-nama/>, Radionica freskoslikarstva, Hari Vidović - <https://mga-roc.org/radionica-freska/>
- Laško, <http://www.lasko.eu/si/dogajanje/vse>, preuzeto: 27.5.2019.
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2015.
- Mintel, Global Consumer Trends na www.mintel.com/resources
- Montepulciano, <https://www.lifeinitaly.com/art-cities/montepulciano> (20.5.2019.)
- Montepulciano, <https://www.montepulciano.net/> (21.5.2019.)
- Movimento turisti nelle strutture ricettive e struttura dell'offerta: dati 2018, <http://www.regione.toscana.it/statistiche/dati-statistici/turismo>, (23.5.2019.)
- Nežić, M., Pregled rudarske i prerađivačke djelatnosti podno Sovinjaka, Katedra Čakavskog sabora Buzet, 2015.
- Občina Bohinj, <https://obcina.bohinj.si/>, preuzeto: 20.5.2019.
- Občina Laško: Statisčni podatki, <https://www.lasko.si/sl/statisticni-podatki>, preuzeto: 27.5.2019.
- Odluka o izmjenama i dopunama Odluke o granicama područja naselja u Gradu Buzetu, Službene novine Grada Buzeta, 6/2017.
- Odluka o razvrstavanju jedinica lokalne i područje samouprave prema stupnju razvijenosti (Narodne novine br. 132/2017)

- Pernić, V., Četiri desetljeća katedre Čakavskog sabora Roč, Kaj & ča susret u Roču - KAJ, XLVII, Zagreb 5-6, 2014.
- Pisak, A., Povijesni lokalitet podno Sovinjaka: Minjera prvi rudnik boksita u svijetu, Buzetski list, vol. 1, broj 3, 2008.
- Popis stanovništva 2001. i 2011., Državni zavod za statistiku, Zagreb
- Prirodno kretanje stanovništva 2010.-2017, Državni zavod za statistiku, 2018.
- Prostorni plan uređenja Grada Buzeta, Buzet, 2005.
- Statistični ured Republike Slovenije
- Stavovi i potrošnja turista u 2017, Institut za turizam, 2018.
- Stik Laško, Tradicionalne priredbe in dogodki, https://lasko.info/tradicionalni-dogodki/?vrsta_dogodka=po-laskih-poteh, preuzeto: 27.5.2019.
- Strategija razvoja grada Buzeta za razdoblje 2016-2020, Buzet, 2016.
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Narodne novine broj 55/2013, od 8.5.2013.
- Tourismus Burgenland.at: Tourismus in den Berichtsgemeinden 2017, https://www.burgenland.at/fileadmin/user_upload/Downloads/Land_und_Politik/Land/Statistik/Wirtschaft/Tourismus/T10_Berichtsgemeinden.pdf, preuzeto: 22.5.2019.
- Turistička zajednica Buzet, Stari grad Buzet, <http://www.tz-buzet.hr/hr/component/content/category/34-staticni-tekstovi-kultura> (6.5.2019.)
- Turizem Bohinj v letu 2018, <https://www.bohinj.si/wp-content/uploads/2019/03/poro%C4%8Dilo-bohinj.pdf>, preuzeto: 23.5.2019.
- TZ Buzeta, Povijest Buzeta, <https://www.tz-buzet.hr/hr/o-buzetu/o-nama/povijest-buzeta> (7.5.2019.)
- Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb, 2003.
- Vrh, <http://istrapedia.hr/hrv/1373/vrh/istra-a-z/> (6.5.2019.)
- Vrtiprah, V., Sentić, S., Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika, ekonomska misao i praksa, br. 1., 2018.
- Weed, Mike, i Chris Bull. Sports Tourism: Participants, Policy and Providers. 2nd. Oxford: Elsevier, 2009.
- Wissenswertes – Eisenstadt, <https://eisenstadt-leithaland.at/wissenswertes.html>, preuzeto: 22.5.2019.
- Wolf, F., Culinary Tourism; The Hidden Harvest, New York: Kendall/Hunt Publishing, 2006.
- World Food Travel Association, State of the Food Tourism Industry, Annual Report, 2018.
- www.natura-histrica.hr
- Zavičajni muzej grada Buzeta, <https://www.tz-buzet.hr/hr/kultura/znamenitosti/zavicajni-muzej>, (2.5.2019.)
- Zavod Odon Jurklošter, <http://sl.odon.si/predstavitev/>, preuzeto: 27.5.2019.
- Železno (Eisenstadt), <https://www.austria.info/hr/aktivnosti/grad-i-kultura/posjet-gradovima-spoj-proslosti-i-buducnosti/zeljezno-eisenstadt>, preuzeto: 22.5.2019.

OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPSKE UNIJE
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj
Tip operacije 7.1.1. "Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj jedinica lokalne samouprave"

Strateški plan razvoja turizma na području Grada Buzeta za razdoblje 2020. – 2026.



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja